

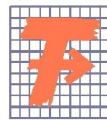
**TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI
FAKULTA TEXTILNÍ**

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

LIBEREC 2011

VĚRA KOREŇOVÁ

TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI
FAKULTA TEXTILNÍ



Studijní program: B3107 Textil
Studijní obor: 3107R007 Textilní marketing

**PŘÍRODNÍ PRACÍ PROSTŘEDKY V TEXTILNÍCH
TECHNOLOGIÍCH A V DOMÁCÍM UŽITÍ**

**NATURAL DETERGENTS IN TEXTILE
TECHNOLOGY AND USE IN THE HOME**

Věra Koreňová

KHT-760

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Dagmar Machaňová

Konzultant bakalářské práce: Ing. Stanislav Sedláček

Rozsah práce:

Počet stran textu ...40

Počet obrázků16

Počet tabulek13

Počet grafů.....20

Počet stran příloh...59

Zadání bakalářské práce

(vložit originál)

PROHLÁŠENÍ

Byla jsem seznámena s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci (TUL) nezasahuje do mých autorských práv užitím mé bakalářské práce pro vnitřní potřebu TUL.

Užiji-li bakalářskou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědom povinnosti informovat o této skutečnosti TUL; v tomto případě má TUL právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím bakalářské práce a konzultantem.

V Liberci dne 29.4.2011

.....
Podpis

PODĚKOVÁNÍ

Za odbornou pomoc při tvorbě bakalářské práce, a to i mimo části věnující se textilní výrobě, bych ráda poděkovala Ing. Dagmar Machaňové, která se vždy snažila rozvíjet nové myšlenky a zároveň pomoci při tvorbě práce.

Poděkování patří také pedagogům, kteří nás svědomitě celé tři roky studia připravovali na praxi v oboru marketingu, ale také na tvorbu bakalářské práce.

Poděkování dále náleží paní ředitelce společnosti TANEX Vladislav, a.s. Bc. Miroslavě Mokrišové a jednateři společnosti INTERES21, spol. s r.o. Ing. Stanislavu Sedláčkovi a to především za pomoc při řešení praktické části práce, čímž dali základ pro tvorbu bakalářské práce.

ANOTACE

Předmětem práce je vypracování rešerše o přírodním pracím prostředku, porovnání přírodních a běžných pracích prostředků z hlediska technologických, ekonomických i ekologických kritérií. Dále vybrat vhodné vlastnosti přírodních pracích prostředků pro jejich marketingovou propagaci, a to pro výrobce těchto pracích prostředků pro konkrétní společnost TANEX Vladislav, a.s.

V rámci řešení byly praním otestovány vybrané druhy textilií, které byly ohodnoceny vizuálně na stálobarevnost, srážlivost, mechanické poškození, omak a žmolkovitost. Pro přírodní prací prostředek byla provedena přímá nabídka produktu potenciálním zákazníkům a marketingový výzkum, který zjišťoval obecné povědomí o pracích prostředcích.

Cílem této práce je navrhnout marketingovou strategii a vyhledat vhodné distribuční kanály, které zvýší prodej produktu.

KLÍČOVÁ SLOVA:

Přírodní prací prostředek, praní, marketingový výzkum, marketingová strategie prodeje.

ANNOTATION

The purpose of this thesis is the development of researches on natural detergent, a comparison of natural and conventional detergents in terms of technological, economic and environmental criteria. It also concerns selecting the appropriate properties of natural detergents for their marketing and promotion for the producers of detergent for a particular company TANEX Vladislav, as.

The washing solutions were tested by selected types of fabrics that were evaluated visually for colour fastness, shrinkage, mechanical damage, feel and pilling. For natural detergent was made directly to the product range to potential customers and marketing research, which found out the general awareness of detergents.

The aim of this paper is to propose a marketing strategy and find the appropriate distribution channels to increase product sales.

KEY WORDS:

Natural detergent, laundry, marketing research, marketing strategy sales.

Obsah

ÚVOD	10
1. Prací prostředky	11
1.1. Historie praní a pracích prostředků	11
1.1.1 Starověk.....	11
1.1.2 Středověk.....	11
1.1.3 Renesance.....	12
1.1.4 Období 18. – 19. století	12
1.1.5 Období 20. století	12
1.1.6 Období 21. století	13
1.2 Praní	13
1.2.1 Prací prostředky.....	14
1.2.2 Prací proces	14
1.2.3 Účinnost praní	15
1.3 Prací prostředek, vlastnosti a jeho dělení	15
1.3.1 Prací prostředek (detergent) je komplexní směsí obsahující různé systémy:.....	15
1.3.2 Požadované vlastnosti pracích prostředků z pozice spotřebitele	16
1.3.3 Rozdělení pracích prostředků.....	17
1.3.3.1. Běžné prací prostředky	17
1.4 Balení pracích prostředků.....	18
1.4.1 Prací prostředek v tuhé formě	18
1.4.2 Tekutý prací prostředek.....	18
1.4.3 Dávkovací koule.....	19
1.4.4 Gelové kapsle	19
1.5 Dopady na životní prostředí.....	19
1.5.1 Rozpoznání ekologických pracích prostředků	19
1.6 Rady a nápady babiček na praní bez chemických prostředků.....	20
2 Porovnání kritérií: přírodní a běžné prací prostředky	21
2.1 Z hlediska technologických.....	21
2.1.1 Běžné prací prostředky.....	21

2.1.2	Přírodní prací prostředky	22
2.2	Z hlediska ekonomických.....	22
2.2.1	Porovnání dávkování na jednu prací dávku v gramech.....	23
2.2.2	Porovnání nákladů na jednu prací dávku v Kč.....	23
2.2.3	Další porovnání nákladů.....	24
2.3	Z hlediska ekologických kritérií.....	25
2.3.1	Vliv běžných pracích prostředků na životní prostředí	26
2.3.2	Vliv přírodní pracích prostředků na životní prostředí	26
2.3.3	Jak práť ekologicky a ekonomicky	27
2.4	Zkouška prací účinnosti pracích prostředků.....	27
2.4.1	Stálobarevnost	28
2.4.2	Srážlivost	29
2.4.3	Mechanické poškození, omak a žmolkovitost.....	30
2.5	Test ekologických pracích prostředků.....	31
3	Výběr vhodných vlastností přírodních pracích prostředků pro jejich marketingovou propagaci	32
3.1	Vhodné vlastnosti Organic přírodního pracího prostředku	32
3.2	Negativní vlastnosti Organic přírodního pracího prostředku	33
4	Návrh marketingové strategie	34
4.1	Charakteristika sortimentu	34
4.1.1	Profil Organic přírodních pracích prostředků	35
4.1.2	Představení výrobku Organic přírodní prací prostředek	35
4.2	Návrh marketingové strategie	36
4.2.1	Poslání, vize a cíle společnosti	36
4.2.2	Strategická analýza.....	37
4.2.3	Marketingové cíle.....	37
4.2.4	Marketingová strategie výrobku Organic přírodní prací prostředek	38
4.2.5	Návrh akčního plánu	43
4.2.6	Souhrn marketingové plánu	43
5	Marketingový výzkum a testování	44
5.1	Marketingový výzkum - dotazování	44

5.1.1	Vyhodnocení marketingového výzkumu - dotazování.....	44
5.1.2	Doporučení na základě vyhodnocení	46
5.2	Testování nabídkou produktů Organic – přes obchodního zástupce.....	46
5.2.1	Vyhodnocení nabídky oslovením přes obchodního zástupce	47
5.2.2	Doporučení na základě vyhodnocení	47
ZÁVĚR.....		48
6	Použitá literatura	50
7	Seznam tabulek	52
8	Seznam obrázků	53
9	Seznam Grafů.....	54
10	Přílohy	55

Seznam použitých symbolů

a. j.	a jiné
a. s.	akciová společnost
apod.	a podobně
cit.	citováno
č.	číslo
ČNS	Česká technická norma
EN	Evropská norma
DPH	daň z přidané hodnoty
ISBN	International standard book numer
KHT	Katedra hodnocení textilií
ks	kusy
max.	maximum
min.	minimum
n. l.	našeho letopočtu
obr.	obrázek
OZP	opticky zjasňující přípravek
PET	polyethylentereftalátu
poř. č.	pořadové číslo
prům.	průměrný
př. n. l.	před naším letopočtem
spol. s r. o.	společnost s ručením omezeným
Sb.	sbírka
tab.	tabulka
TPS	tetrapropylenbenzensulfonát
TUL	Technická univerzita v Liberci
vyd..	vydavatel
www	World Wide Web

ÚVOD

Čistota je v současném moderním životě důležitější než kdykoliv předtím. Čistota znamená nižší výskyt mikrobů a jejich zárodků kolem nás. S čistým oblečením se každý cítí zkrátka dobře, tak jako díky čistému nádobí je naše jídlo i atraktivnější.

Prací prostředek používá dnes každý, snahou je udržet své oblečení co nejdéle nové, čisté a zářivě bílé. Vedle běžných - klasických pracích prostředků se na trhu objevují i přírodní - ekologické. Prací prostředek (též nepřesně prací prášek) je chemická látka s detergentními účinky, která se přidává do vody, aby pomohla snadno vyprat prádlo.

Prací prostředek mívá tradičně formu prášku nebo granulí, ale postupem času se začíná používat i tekutá forma pracích prostředků. Některé značky pracích prostředků se vyrábějí také jako tablety nebo rozpustné balíčky, což odstraňuje potřebu pokaždé odměřovat potřebnou dávku prostředku. V poslední době nabývají na popularitě prací prostředky, které jsou přátelské k životnímu prostředí.

Cílem práce je porovnat přírodní a běžné prací prostředky z hlediska technologických, ekonomických i ekologických kritérií, vybrat vhodné vlastnosti přírodní pracích prostředků, navrhnout marketingovou strategii pro výrobce přírodních pracích prostředků včetně testování strategie přímým kontaktem s potenciálním zákazníkem.

V práci budou nejprve shromážděny informace o historii pracích prostředků a jejich složení, dále budou porovnány jednotlivé vlastnosti běžného a přírodního pracího prostředku. Pro vybraný přírodní prací prostředek bude navržena marketingová strategie. Ta bude ověřena potenciálním zákazníkem. Následně bude zvolena nejvhodnější strategie, která bude předána společnosti TANEX Vladislav a.s.

Na závěr práce bude proveden marketingový průzkum, který se zaměří na zjištění názorů a postojů o pracích prostředcích. Výsledky z průzkumu poté budou zapracovány do navrhované marketingové strategie.

Cílem marketingového návrhu je zvýšit prodej produktu – přírodního pracího prostředku společnosti TANEX Vladislav, a.s., zejména se zaměřením na distribuční strategii.

1. PRACÍ PROSTŘEDKY

Dnes se považuje za samozřejmé, že naše prádlo je perfektně čisté, vyprané v automatické pračce za pomoci tekutých nebo práškových pracích prostředků, odpovídajících barvě a materiálu prádla. Zlomové okamžiky v historii praní popisují, jak moc tato činnost, která je dnes tak snadná, ovlivnila každodenní život žen v minulosti.

1.1. Historie praní a pracích prostředků

První zmínky o mýdle pocházejí již z roku 2800 př. n. l. Archeologové našli babylonské nádoby, na kterých byla zjištěna látka podobná mýdlu. Na hliněné tabulce z roku 2200 př. n. l. byl sepsán návod na výrobu mýdla z vody, louhu a kassiového oleje. V té době však mýdlo nepoužívali k hygieně či praní, ale k rychlejšímu hojení ran.

1.1.1 Starověk

K odstraňování špíny se používal popel či různé druhy hlíny. V řadě zemí používali kořeny, kůru a plody mydlice (*Saponaria vulgaris*). Tato rostlina rostla podél řek a potoků a obsahovala šťávu, která ve vodě pěnila.

Lidé ve starém Egyptě se pravidelně myli a prali své šaty prostředky vyrobenými z rostlinného másla a alkalických solí. To byly první mýdlu podobné prostředky, které byly později rozšířeny křížáky po Evropě.

Podle starověké římské pověsti vzniklo slovo „mýdlo“ podle pahorku Sapo v Římě, kde byla obětována a spalována zvířata.¹ Živočišný tuk a popel ze zvířat byly z pahorku spláchnuty deštěm do jílovité půdy v řece. Použití tohoto nového materiálu výrazně usnadnilo ženám praní. „Gaius Plinius ze starého Říma ve své encyklopedii Historia Naturalis uvádí, že mýdlo vynalezli Galové. Vyráběli ho z kozího oleje a popela. Sloužilo však jako pomáda na vlasy. Teprve až řecký lékař Galenos z Pergamenu v roce 164 n. l. upozornil na čistící schopnost mýdla a mydlářství se stalo řemeslem. [1]

1.1.2 Středověk

Ve středověku nebyla pro lidi, žijící v Evropě, hygiena nijak důležitá, protože se domnívali, že voda je hlavní příčinou všech nemocí. Prádlo prali jen jednou za dva až tři měsíce za použití mýdla.

¹ Mýdlo vzniká zmýdlením tuků, tj. působením alkálie na živočišné nebo rostlinné tuky – popel ze dřeva obsahuje potaš – uhličitan draselný, což je alkálie.

V této době byli na výrobu mýdla specialisté Arabové. Vyráběli ho z olivového oleje a aromatických olejů. Začali do něj přidávat hydroxid sodný. Od 7. století se začala mýdla přibarvovat a parfémovat. Vyráběla se mýdla tekutá i tuhá.

Výroba mýdla se v Evropě stala řemeslem až v průběhu sedmého století a zpočátku se rozšířila především ve Španělsku, Itálii a Francii. Mýdlo se vyrábělo z rostlinného popela, rostlinného nebo živočišného tuku, mořských rostlin a vůní, vyrobených podle pečlivě utajovaných receptů. Odtud se výroba mýdla šířila do Anglie a Nizozemí, kde k jeho výrobě užívali rybí tuk a hovězí lůj. Nedosahovalo však takové kvality jako to z jižních zemí. Mýdlo tedy existovalo jako luxusní zboží až do 19. století a bylo dostupné pouze bohatým.

1.1.3 Renesance

Během renesance, zatímco umění vzkvétala, se šlechta snažila poukázat na svůj lepší původ svým vzhledem a oblečením. Řídila se proto módou a své oblečení měnila více méně pravidelně. Kromě toho se rozvíjela věda: přispěla k pochopení, že nedostatek hygieny vede k nemocem. Lékaři doporučovali používání mýdla; to však stále zůstávalo výsadou bohatých. V Čechách byla výroba mýdla z velké části starostí hospodyněk, a to až do 17. století.

1.1.4 Období 18. – 19. století

První prací prášky se objevily kolem roku 1880. Jednalo se spíše o rozemletá mýdla. Marseille se stala centrem výroby mýdla. Mýdlo se rozšířilo do všech evropských domácností. V té době se časté koupání a praní stalo součástí každodenního života, protože hygiena byla symbolem společenského postavení. Lidé zjistili, že čistota předchází nemocem a šíření infekcí. Brzy se objevily veřejné prádelny.

Začátkem 19. století se začalo toto řemeslo měnit v průmyslovou velkovýrobu. V roce 1806 založil továrnu na mýdlo v New Yorku William Colgate. V roce 1837 začali William Procter a James Gamble prodávat mýdla své vlastní výroby. V roce 1851 se objevila první pračka s bubnem na ruční pohon.

1.1.5 Období 20. století

Na počátku 20. století byla zkonstruována první elektrická pračka. Až během I. světové války byl v důsledku nedostatku rostlinných a živočišných tuků vynalezen první syntetický prací prostředek. Mezi syntetické prací prostředky se řadí ty, které jsou

vyrobené bez mýdla a skládají se z různých látek. Velkým pokrokem bylo přidávání pracích a bělicích složek do pracích prostředků, takto upravené prací prášky se začaly vyrábět v roce 1912.

Ve 30. letech se do pracích prostředků začaly přidávat fosfáty. Změkčovaly vodu. V tvrdé vodě se prášek hůře rozpouští. Později se zjistilo, že fosfáty škodí životnímu prostředí a od 80. let se tyto složky začaly nahrazovat jinými – pro životní prostředí neškodnými změkčovadly. V této době byla ve Spojených státech zahájena výroba pracích prostředků pro použití v domácnostech.

Druhá světová válka odstartovala rozvoj chemického průmyslu a přírodní mýdla se nahradila syntetickými pracími prostředky. Jsou účinnější než ty přírodní a lze je vyrábět ve větším množství.

V 50. letech se objevily první tekuté prací prostředky, zatímco v 60. letech byly vyvinuty odstraňovače skvrn a enzymatické prací prostředky.

V 70. letech se do prášku začaly přidávat biologicky aktivní enzymy. Ty dokáží odstraňovat určité druhy skvrn. To umožnilo snížit teplotu a šetřit energii při praní. Od téže doby se do pracích prostředků přidávají látky zabraňující rezivění práčky.

V 80. letech se objevily prostředky na praní, které jsou účinné i při nízkých teplotách. V 90. letech přichází na trh vysoce koncentrované práškové a tekuté prací prostředky. Od devadesátých let se pracuje na prostředcích, které nedráždí pokožku, nevyvolávají alergie a zároveň mají stále větší čisticí schopnost

1.1.6 Období 21. století

V roce 2006 se objevily kompaktní práškové prací prostředky. „V roce 2010 značka Ariel představuje českým ženám svou novou inovaci v oblasti praní prádla – gelové kapsle. Každá kapsle obsahuje potřebnou dávku tekutého pracího prostředku, který je při odstraňování skvrn dvakrát koncentrovanější než ostatní tekuté prací prostředky Ariel. Manipulace s gelovými kapslemi je velmi snadná: stačí jednu kapsli vložit do bubnu pračky, přidat prádlo a počkat na čistoskvoucí výsledky.“[1]

1.2 Praní

Praní je velmi důležitý úkon při údržbě, čištění i předúpravě textilií. Perou se textilie z přírodních materiálů, z chemických vláken i z jejich směsí. Praní a oplachování má odstranit nečistoty ulpělé na textilních vláknech. Účelem praní je nejen odstranit nečistoty,

ale i vytvářet spolu s dalšími úpravnickými procesy základní charakter textilií. Praní tedy ovlivňuje charakter i kvalitativní a estetické vlastnosti textilních výrobků.

Při praní působí na textili chemické látky rozpuštěné ve vodě a mechanické vlivy jako je tlak, tření, tah, kroucení aj.. Je to tedy velmi složitý chemický a mechanický proces. K odstranění nejčastěji se vyskytující běžné špíny (saze, mastnota, pot, mastičí oleje) je třeba především mechanické síly a pracích prostředků.

1.2.1 Prací prostředky

Prací prostředky (detergenty) jsou mýdla a syntetické tenzidy (saponáty). Praní dále napomáhají alkálie (uhličitan sodný Na_2CO_3 – soda) nebo jiné chemikálie (fosforečnan trisodný Na_3PO_4) apod.

„Základními vlastnostmi detergentů, které lze vyjádřit fyzikálními jednotkami jsou povrchově aktivní vlastnosti (snížení povrchového a mezipovrchového napětí), asociační nebo micelární vlastnosti, tvorba micel a elektrické vlastnosti. Další typické vlastnosti detergentů, které nemůžeme vyjádřit fyzikálními jednotkami, jsou smáčivost, emulgační a suspenzační schopnost, antiredepoziční schopnost, pěnivost a vlastní prací a čisticí účinnost., [3]

1.2.2 Prací proces

Prací proces se dělí na tyto dílčí procesy:

- smáčení
- vlastní praní
- oplachování

1.2.2.1 Smáčení

Smáčení je dokonalé pokrytí povrchu textilního materiálu prací substancí (adsorpce) i částečné pronikání pracího roztoku do povrchové vrstvy vlákna (absorpce). Kapalina, která v průběhu smáčení proniká do textilního materiálu, uzavírá vzduch přítomný v textilním materiálu do bublinek. Tento uzavřený vzduch postupující kapalina stále více stlačuje, až vznikne uvnitř vzduchové bubliny takový tlak, který překoná povrchové napětí postupující kapaliny a bublina vzduchu unikne z textilního materiálu. Dochází tak k vytěšňování vzduchu, což usnadňuje pronikání prací lázně i do pórů vlákna.

K usnadnění smáčení textilních materiálů se používají různé smáčecí prostředky, které snižují povrchové napětí mezi ovzduším, pracím roztokem a textilním materiálem.

Každá povrchově aktivní látka má optimální smáčivost jen v určité koncentraci a při určité teplotě.

Povrchové napětí mezi prací kapalinou a vzduchem se tvoří vtahováním molekul z povrchu dovnitř kapaliny (viz obr. 3), vzniká tedy v povrchové vrstvě kapaliny působením vzájemných přitažlivých molekulárních sil.



Obr. 1 Vznik povrchového napětí mezi prací kapalinou a vzduchem [3]

1.2.2.2 Vlastní praní

Vlastní praní je závislé na druhu a formě textilie, charakteru a množství nečistot a pracím zařízení. Skládá se z uvolnění nečistot a jejich rozptýlení v prací lázni a zabránění zpětného usazování uvolněných nečistot na vypraný textilní materiál.

1.2.2.3 Oplachování

Oplachování je odstranění uvolněných nečistot, pracích prostředků a chemikálií.

1.2.3 Účinnost praní

Účinnost praní textilních materiálů závisí na těchto faktorech:

- složení a vlastnosti pracích prostředků,
- zabránění zpětného usazování,
- koncentrace pracího prostředku v prací lázni,
- pH prací lázně.

1.3 Prací prostředek, vlastnosti a jeho dělení

Moderní prací prostředky jsou komplexní směsi obsahující různé systémy, které jsou vzájemně kombinovány tak, aby se dosáhlo maximálního pracího efektu při minimálním poškození textilie a s ohledem na životní prostředí (zejména odpadní vody).

1.3.1 Prací prostředek (detergent) je komplexní směsí obsahující různé systémy:

- Systém povrchově aktivních látek PAL (tenzidů). Ty zajišťují dokonalé smočení nečistoty, odstraňují nečistotu a zabráňují zpětnému usazení nečistoty.

- Systém aktivačních přísad změkčují vodu, a tím zvyšují účinnost PAL, napomáhají udržovat uvolněnou nečistotu v prací lázni a udržují potřebnou reakci pH prací lázně na konstantní hodnotě.
- Systém pomocných přísad zvyšuje kvalitu pracího účinku, opticky zjasňující prostředky (OZP) a antistatické a mikrobicidní látky, parfémové kompozice a barviva.

Každý druh pracího prostředku, který se používá pro praní, má určité charakteristiky, které jsou dány zejména použitím dle požadavků spotřebitele, výrobním procesem, dopady na životní prostředí a materiálovým složením.

Většina zákazníků má při koupi pracího prostředku určité požadavky, které se ale mohou u jednotlivců lišit. Pro spotřebitele je nejvíce rozhodující vlastností snadná údržba - udržet své oblečení co nejdéle nové, čisté a zářivé. Dále pak snadné použití prášku a dávkování, které ho může oslovit či dokonce rozhodnout o koupi výrobku zákazníkem. Kromě toho mají nároky na stálobarevnost oblečení, tvarovou stálost a žmolkovitost.

1.3.2 Požadované vlastnosti pracích prostředků z pozice spotřebitele

- Snadná údržba = nenáročné praní. Nenáročným praním nebo údržbou textilií je myšlena možnost domácího praní a nikoli nutnost údržby profesionálem – čistírnou.
- Stálost barev textilií - pro zákazníka je nejdůležitější stálost barev na světle. „Stálosti vybarvení na světle závisejí na odolnosti molekuly barviva vůči ultrafialovému záření, které vyvolává destrukční reakce – fotolýza.“ [4]
- Tvarová stálost oděvů = nesrážlivost. Tu je možné zabezpečit pouze za předpokladu, že nedojde ke srážení. Srážením při praní či žehlení jsou myšleny samotné vlastnosti vláken. „Nabobtnáním vláken se mechanicky vyvolá zkrácení – srážení příze v důsledku změny poloměru zákrutu zbobtnalého vlákna v zákrutu.“ [5]
- Žmolkovitost = na textiliích je způsobena spletením volných konců vláken v tkanině, pletině či v netkané textilií. Vlákná se nezanášejí neodepranými nerozpustnými částicemi, nedochází k inkrustaci, ztvrdnutí povrchu, prasknutí, vzniku dírek a později děr. Nejvíce se žmolky vyskytují u textilií, které obsahují

syntetická vlákna. „Jelikož pevnost je ve srovnání s vlákny přírodními vyšší. Proto žmolky nemohou odpadnout a kazí vzhled výrobku.“ [5]

1.3.3 Rozdělení pracích prostředků

Podle dopadů k životnímu prostředí můžeme rozdělit prací prostředky na běžné (chemické) prací prostředky a přírodní prací prostředky.

1.3.3.1. Běžné prací prostředky

Běžné prací prostředky obsahují různé druhy chemikálií, kterých může být v jednom pracím prostředku až 14. Ve většině případů jsou tyto látky v přírodě nerozložitelné a dokonce mohou škodit lidskému zdraví.



Obr. 2 Běžný prací prostředek [1]

1.3.3.1 Přírodní prací prostředky

Přírodní – ekologické prací prostředky neobsahují chlór, fosfáty nebo jiné chemikálie, jako jsou syntetická barviva a parfémy. Nenajdeme v nich ani soli, které zbytečně zasolují povrchové vody. Pro životní prostředí hraje velkou roli jejich biologická rozložitelnost a fakt, že ve většině těchto prostředků jsou použity rostlinné oleje namísto ropných.

Kvalitní prací prostředky mívají prací účinnost nad 75 %. Pro porovnání, prací účinnost ve studené vodě je jen kolem 50 %. Přírodní prací prostředky dosahují v mnohých případech prací účinnost také nad 75 %. Samozřejmě i mezi těmito prostředky, stejně jako u těch běžných, existují v jejich účinnosti velké rozdíly a ne všechny vyperou prádlo k naší spokojenosti.



Obr. 3 Organic přírodní prací prostředek

Mezi známé přírodní prací prostředky patří například mýdlové ořechy, přírodní prací prostředek s lanolinem a také přírodní prací prostředky značky Sodasan, Missiva, Amway, Qualt Excel, Ecover, DonGemini, které jsou dostupné na trhu v České republice. Tyto prostředky jsou popsány v příloze, viz Příloha č. 1 Znamé přírodní prací prostředky.

1.4 Balení pracích prostředků

Jednotlivá balení se liší na základě formy pracího prostředku. Dále pak dle požadavků a oblíbenosti na dávkování jednotlivých pracích cyklů.

Jako součást změny směrem k "zelenějšímu stylu" a k větší ochraně životního prostředí, se od roku 2009 se prakticky všechny tekuté prací prostředky prodávají v menších lahvičkách v koncentrované formě, což pomáhá chránit životní prostředí nižší produkcí plastů.

1.4.1 Prací prostředek v tuhé formě

Prací prostředky v tuhé formě se obvykle prodávají v kartónových krabicích nebo plastových nádobách. V mnoha částech světa jsou běžné i balíčky nebo sáčky na jedno použití. Tato jednorázová balení umožňují koupit si prostředek na jeden den, namísto nutnosti utratit velkou částku za balení na dlouho dopředu. Velikost krabic je různá, od malých krabiček na jedno praní (prodávaných prostřednictvím automatů v prádelnách) po velká ekonomicky úsporná balení. Někdy se do krabice přidává také plastová odměrka.

1.4.2 Tekutý prací prostředek

Tekuté prací prostředky se prodávají v plastových láhvích, obvykle z polyethylenu, případně polyethylentereftalátu (PET) nebo jiných podobných plastů. Velikosti jsou opět různé. Velké láhve mají ucha (držadla) pro snadné přenášení. S láhvemi o objemu nad 1,5 litru se bez takových držadel špatně manipuluje.

Uzávěr láhve bývá dostatečně velký, aby se dal použít jako odměrka. Protože bývá potřeba odměřit například 120 ml prostředku, může uzávěr dosáhnout skutečně velkých rozměrů.

1.4.3 Dávkovací koule

V 90. letech 20. století se staly populárními dávkovací koule, které se objevily jako způsob propagace tekutých pracích prostředků. Argumentem pro ně bylo, že když se dá prací prostředek do dávkovače v pračce, ne všechen se dostane do prací lázně. Když se však nalije do dávkovací koule a ta se vloží přímo na prádlo, ztráty prostředku se prakticky odstraní. Tyto dávkovací koule se postupně staly sofistikovanější, včetně použití kuliček umožňujících předpírku. Jednou z nevýhod dávkovacích koulí byl hluk při praní, proto bývají novější koule potahovány měkčím plastem.

1.4.4 Gelové kapsle

V roce 2010 byla na trhu představena další inovace v dávkování – gelové kapsle. Každá kapsle obsahuje potřebnou dávku tekutého pracího prostředku, který je při odstraňování skvrn dvakrát koncentrovanější než ostatní tekuté prací prostředky. Manipulace s gelovými kapslemi je velmi snadná, stačí jen kapsli vložit do bubny pračky.

1.5 Dopady na životní prostředí

V 60. letech 20. století vedli výrobci pracích prostředků reklamní válku o to, kdo bude mít trvanlivější prostředky. Detergentní sloučeniny se rychle objevily ve vodách - potocích, řekách, jezerech, dokonce i pod Niagarskými vodopády, kde pěna z tenzidů dosahovala 2,5 metru vysoko.

Prací prostředky mohou také obsahovat fosfátová aditiva, která změkčují vodu a zvyšují tak účinnost detergentních molekul. Udává se, že v období 1940-1970 stoupl množství fosfátů v městských odpadních vodách z 20 na 150 tisíc tun ročně.

Se stoupajícím množstvím fosfátů se v důsledku vysokého množství fosforu ve vodě podstatně zvyšoval růst vodního květu a tento spotřebovává většinu kyslíku ve vodách, což škodí rybám a rostlinám.

1.5.1 Rozpoznání ekologických pracích prostředků

Nejlepším vodítkem, jak rozpoznat ekologický prací prostředek, na trhu v České republice je značka Ekologicky šetrný výrobek, která je výrobcům propůjčovaná Ministerstvem životního prostředí ČR již od roku 1994 a je uznávaná i ve světě. Přírodní prací prostředky v textilních technologiích a v domácím užití

Pokud jsou na výrobku uvedena jiná, ač podobná loga, s největší pravděpodobností se jedná jen o klamavou reklamu.

V obchodech se navíc běžně vyskytuje matoucí značení na obalech výrobků, jako např. EKologický či EKOnomický. V mnoha případech tento nápis značí jen použití recyklovatelného nebo recyklovaného obalu.

Na základě usnesení Vlády České republiky č. 720 ze dne 19. července 2000 k návrhu podpory rozvoje prodeje a užívání ekologicky šetrných výrobků je zavedena ochranná známka Ekologicky šetrný výrobek. Ta je každé dva roky kontrolována, zda vyhovuje stále se zpřísňujícím kritériím pro její udělení.

Stejně jako Ekologicky šetrný výrobek je i program ekoznačení Evropské unie, tou je tzv. The Flower – Květina.



Obr. 4 Ekologicky šetrný výrobek [5]



Obr. 5 Ekoznačka EU [13][5]

1.6 Rady a nápady babiček na praní bez chemických prostředků

Už naše babičky věděly, jak na praní prádla a odstranění skvrn, a to bez chemických prostředků. Řada návodů našich babiček a prababiček po generace užívané a předávané v každé jednotlivé rodině je účinná dodnes, ačkoli mohou ve srovnání s moderními pracími prostředky a možnostmi leckdy působit úsměvně. Faktem zůstává, že každému vyhovuje něco jiného.

Tipy a triky na praní, bělení a odstraňování různých druhů skvrn jsou uvedeny v příloze, viz Příloha č. 4 Rady a nápady našich babiček na praní bez chemických prostředků..

2 POROVNÁNÍ KRITÉRIÍ: PŘÍRODNÍ A BĚŽNÉ PRACÍ PROSTŘEDKY

Prát prádlo musí jednou za čas všichni. Už dávno se k tomu ale nepoužívá obyčejné mýdlo. Naopak se kupují prací prostředky slibující čistoskvoucí a měkké prádlo.

Z tohoto důvodu je velmi důležité porovnání přírodních a běžných pracích prostředků. Co stojí za takovým výsledkem, kolik chemikálií se v pracích prostředcích vyskytuje, jaká jsou kritéria z pohledu technologie, co ekologie a jaké je hledisko ekonomických vlastností, je popsáno níže s uvedením porovnáním.

2.1 Z hlediska technologických

Každý druh pracího prostředku, který se používá pro praní, má určité charakteristiky, které jsou dány zejména použitím dle požadavků spotřebitele, výrobním procesem, dopady na životní prostředí a materiálovým složením. Aby prací prostředky obstály v dnešní konkurenci, jsou stále agresivnější. Čím dál častěji obsahují více optických rozjasňovačů, intenzivních parfémů a mnoho plnidel (především soli), které zajišťují výhodnou cenu a co nejlepší prací výsledek. Alergická reakce v případě použití těchto prášků na sebe často nenechá čekat.

Technologický vývoj prostředků z hlediska jejich vlivu na životní prostředí je uveden v příloze, viz Příloha č. 2 Technologický vývoj z hlediska jejich vlivu na životní prostředí.

Podle dopadů na životní prostředí můžeme prací prostředky v domácím užití rozdělit na přírodní prací prostředky a běžné (chemické) prací prostředky.

2.1.1 Běžné prací prostředky

Běžné prací prostředky obsahují různé druhy chemikálií, kterých může být v jednom pracím prostředku až 14. Ve většině případů jsou tyto látky v přírodě nerozložitelné a dokonce mohou škodit lidskému zdraví.

Většina běžných prací prostředků obsahuje složky:

- 15 – 30% kyslíková bělicí činidla,
- 5 – 15% aniontové povrchově aktivní látky,
- méně než 5% neiontové povrchově aktivní látky, mýdlo, polykarboxyláty, fosfonáty, zeolity,
- enzymy, optické zjasňovače a parfém bez uvedení obsahu.

2.1.2 Přírodní prací prostředky

Přírodní – ekologické prací prostředky neobsahují chlór, fosfáty nebo jiné chemikálie, jako jsou syntetická barviva a parfémy. Nenajdeme v nich ani soli, které zbytečně zasolují povrchové vody. Pro kvalitní životní prostředí hraje velkou roli jejich biologická rozložitelnost a fakt, že ve většině těchto prostředků jsou použity rostlinné oleje namísto ropných.

Přírodní prací prostředky, Organic přírodní prací prostředek obsahuje pouze účinné prací složky ve vysoké koncentraci 80%, jejichž složení je:

- Přírodní mýdlo: mýdlo jsou alkalické sole nasycených a nenasycených mastných kyselin, přírodní glycerin a voda.
- Antiflock: jeho přítomnost je nezbytná pro to, aby mýdlo vypralo nečistoty - změkčuje vodu (jedná se o uhličitán sodný - Na_2CO_3 , sodu na praní, anorganickou sodnou sůl kyseliny uhličitě. Soda se synteticky vyrábí z přírodní suroviny - chloridu sodného).

V níže uvedené tabulce je shrnuto jednotlivé porovnání z hlediska technologických kritérií. Znakem ☺ je označena z hlediska spotřebitele lepší vlastnost pracích prostředků. Počet znaků ukazuje, že přírodní prací prostředek je z technologického měřítka pro uživatele přínosnější.

Tab. 1 Přehled technologických kritérií

Vlastnost	Běžný	Organic
Nulový obsah chemikálií (chlór, fosfáty, syntetická barviva,...)		☺
Žádný obsah solí, OZP		☺
Agresivnější, ale účinnější praní	☺	
Rozložitelnost v přírodě		☺

2.2 Z hlediska ekonomických

Pro možnost srovnání přírodních pracích prostředků a běžných pracích prostředků používaných pro praní prádla byly vytvořeny porovnávací tabulky, ve kterých jsou uvedeny dva prací prostředky (přírodní a běžný) nabízené na trhu. Jako přírodní prací prostředek je uveden Organic přírodní prací prostředek.

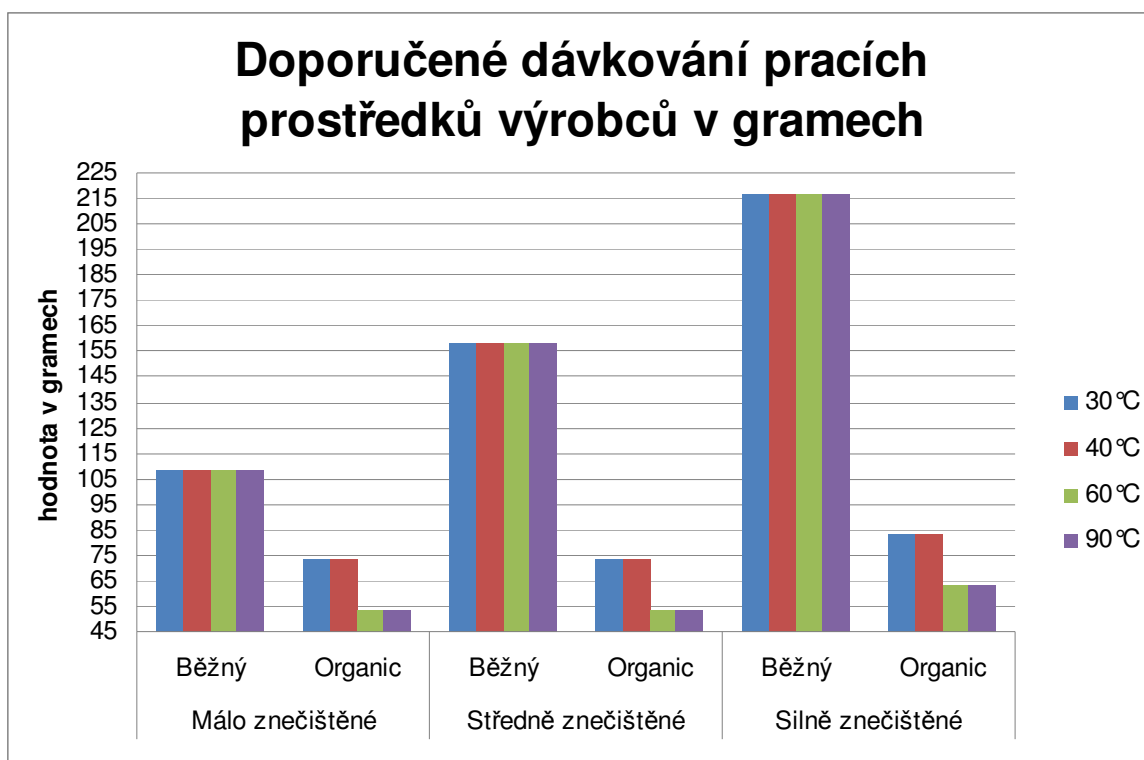
Cena běžného pracího prostředku v balení 4 kg se na trhu v České republice pohybuje od 237,00 Kč do 349,00 Kč. Je to dáno zejména tím, kdy se na prodej tohoto pracího prášku vztahuje určitá akce daná výrobcem. Z tohoto důvodu cena běžného

pracího prostředku je uvedena jako průměr nejnižší a nejvyšší ceny. Cena přírodního pracího prostředku Organic přírodní prací prostředek je doporučená maloobchodní prodejní cena od výrobce TANEX Vladislav, a.s. a to ve výši 599,00 Kč rovněž za 4 kg balení. Veškeré ceny jsou uvedeny včetně DPH.

2.2.1 Porovnání dávkování na jednu prací dávku v gramech

Porovnání dávkování na jedno praní 4 – 5 kg prádla v automatické pračce je dáno v gramech dle doporučeného dávkování daných výrobcem a je uvedeno na každém obalu pracího prostředku. Členění dávkování na jednu prací dávku je rozděleno na různou prací teplotu, při různém znečištění a tvrdosti vody příslušného pracího prostředku.

V níže uvedeném grafu je vidět, že dávkování Organic přírodního pracího prostředku je u různých pracích teplot, znečištění i tvrdosti vody o mnoho nižší než u běžného. Tabulka s jednotlivými hodnotami je uvedena v příloze č. 22 Doporučené dávkování pracích prostředků.



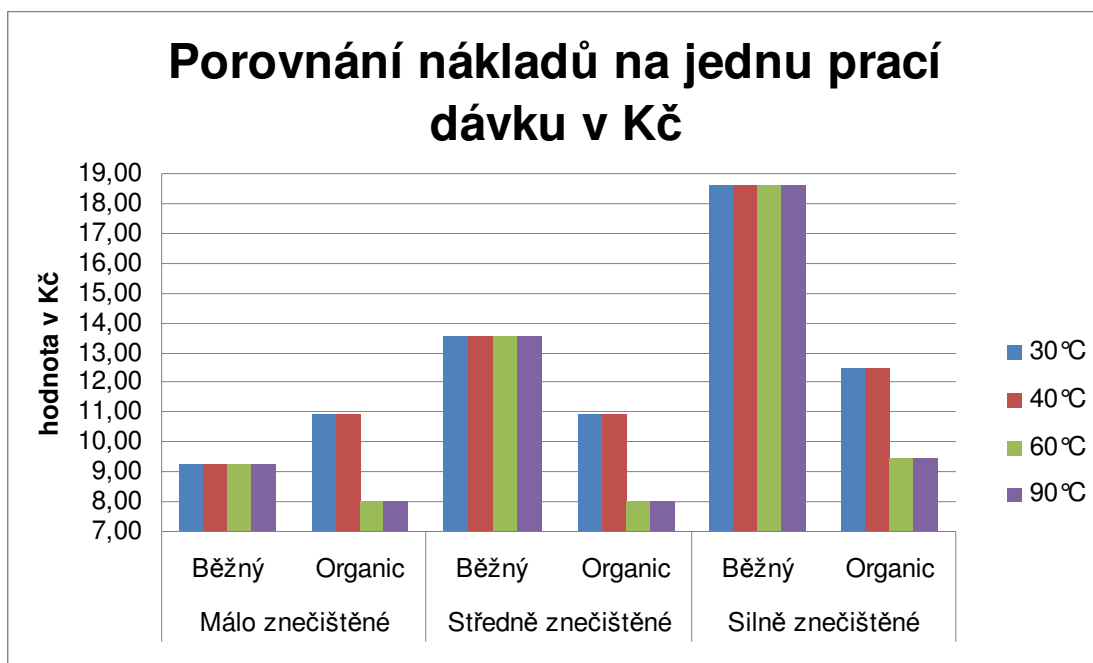
Graf 1 Doporučené dávkování pracích prostředků výrobců v gramech

2.2.2 Porovnání nákladů na jednu prací dávku v Kč

Porovnání nákladů na jednu prací dávku při různém stupni znečištění, prací teplotě a tvrdosti vody je provedeno propočtem kupní ceny příslušného pracího prostředku

a doporučeného dávkování od výrobců dosazením konkrétní maloobchodní ceny. Dávkování různých značek běžných pracích prostředků je podobné.

Ze srovnání v níže uvedeném grafu vychází, že praní v přírodním pracím prostředku Organic je opět levnější ve všech zadaných měřítkách než běžný prací prostředek.



Graf 2 Náklady na jednu prací dávku v Kč

Dále pro srovnání je v tabulce č. 2 uvedeno cenové porovnání s rozpočítáním na jednu minimální prací dávku doporučenou výrobcem. I zde cena minimální prací dávky přírodního pracího prostředku je nižší než u běžného pracího prostředku.

Tab. 2 Cenové porovnání jedné minimální prací dávky

Balení 4 kg:	Běžný	Organic
Doporučená maloobchodní prodejní cena s DPH:	343 Kč	599 Kč
Počet pracích dávek při nejnižším doporučeném dávkování:	40 dávek	100 dávek
Cena jedné minimální prací dávky:	8,58 Kč	5,99 Kč

2.2.3 Další porovnání nákladů

Výrobce běžného pracího prostředku doporučuje na málo a středně znečištěné prádlo - prací cyklus bez přeprání, silně znečištěné - prací cyklus s přepráním. Výrobce přírodního pracího prostředku Organic doporučuje ve všech stupních znečištění prací cyklus bez přeprání. Co se týče úspory elektrické energie a úspory délky pracího cyklu, z ekonomického hlediska lépe vychází přírodní prací prostředek.

Velmi důležitý aspekt při zakoupení pracích prostředků je také dostupnost zboží. Problematickou překážkou se jeví jen jejich nízká nabídka v obchodech. Tuto potíž lze překonat nákupem přes internetové obchody, které nabízí celou škálu ekologicky šetrných výrobků. Výsledkem je bohužel vyšší pořizovací cena přírodního pracího prostředku a to o výši poštovného, případně i balného, která je však eliminována na firemním elektronickém obchodě TANEX i při jiných dodáních zdarma při překročení stanoveného limitu celkové hodnoty nákupu.

Prádlo vyprané v Organic přírodním pracím prostředku je hebké a příjemné na omak i bez přídavku aviváže. Avivážní působení je součástí vlastností přírodního mýdla, které obsahuje přírodní glycerin. To znamená, že další náklady na nákup aviváže odpadají.

V níže uvedené tabulce je shrnuto jednotlivé porovnání z hlediska ekonomických kritérií. Znakem ☺ je označen nižší náklad z hlediska spotřebitele. Z počtu znaků jednoznačně vyplývá, že přírodní prací prostředek je z ekonomického měřítko výhodnější.

Tab. 3 Přehled ekonomických kritérií

Vlastnost	Běžný	Organic
Cena jedné minimální prací dávky:		☺
Počet pracích dávek při nejnižším doporučeném dávkování:		☺
Dostupnost nákupu pracího prostředku:	☺	
Průměrné náklady na jednu prací dávku:		☺
Úspora elektrické energie u silně znečištěného prádla:		☺
Úspora času cyklu praní u silně znečištěného prádla:		☺
Použití aviváže:		☺

2.3 Z hlediska ekologických kritérií

Při praní pracími prostředky vzniká i pevný odpad. Pevný odpad je prázdný obal po spotřebovaném pracím prostředku. Obalový materiál je možno recyklovat. Ve vyspělých zemích se obalový materiál recykluje a tato recyklace použitých materiálů se značně rozšiřuje. Pokud se recyklace neprovádí, je odpad odvážen na skládky nebo do spaloven.

2.3.1 Vliv běžných pracích prostředků na životní prostředí

Při praní běžnými pracími prostředky, detergenty, vzniká tekutý odpad. Ten představuje znečištěná voda z praček, která odtéká kanalizací nejčastěji do čistíren odpadních vod.

Největší zátěž pro životní prostředí představují fosfáty (fosforečnany), s nimiž si ani čistírny vod nedokážou účinně poradit a které způsobují vznik tzv. vodního květu (zeleného povlaku) na hladinách stojatých vod. V takové vodě je pak nedostatek kyslíku pro organismy a člověku, který se v ní koupe, hrozí alergické reakce. Fosfáty, používané v běžných pracích prostředcích jsou biologicky neodbouratelné a u lidí způsobují alergie. Ve vodních tocích se usazují nerozpustná plnidla, která prací prášky ve velké míře obsahují.

Hlavní složky běžných pracích prostředků jsou uvedeny v příloze, viz Příloha č. 3 Hlavní složky běžných pracích prostředků.

2.3.2 Vliv přírodních pracích prostředků na životní prostředí

U přírodních pracích prostředků, např. u Organic přírodního pracího prostředku je hlavní složkou přírodní mýdlo. Mýdlo jsou alkalické sole nasycených a nenasycených mastných kyselin, přírodní glycerin je v přírodě rychle odbouratelný, snadno se rozkládá. Vypouštěné odpadní prací vody proto nezatěžují životní prostředí - nejsou vypouštěny další nerozpustné látky, které běžné prací prášky obsahují ve významném objemu.

Antiflock – druhá složka Organic přírodního pracího prostředku je přírodního původu a jeho přítomnost je nezbytná pro to, aby mýdlo vypralo nečistoty - změkčuje vodu.

Tab. 4 Přehled ekologických kritérií

Vlastnost	Běžný	Přírodní
Nejmenší zátěž pro životní prostředí, dobrá a rychlá odbouratelnost rozložitelnost komponentů prac. prostř.:		☺
Minimální nulová alergická reakce při použití pracího prostředku:		☺
Recyklace pevného obalového materiálu:	☺	☺
Nezatěžuje odpadní vody balastními látkami:		☺

Z počtu znaků jednoznačně vyplývá, že přírodní prací prostředek je z ekologického měřítko šetrnější nejen k životnímu prostředí, ale i ze své přírodní podstaty je vhodný

pro alergiky, pro kůži zasaženou ekzémy (akné, růžovka, periorální dermatitida, ...) tedy pro spotřebitele celkově. Je naprosto bezpečný při používání.

2.3.3 Jak prát ekologicky a ekonomicky

- Správné dávkování – čím měkčí voda, tím menší dávka. Nedávkovat podle oka.
- Prádlo nepředepírat – ušetří se tím energie i voda. Velmi znečištěné prádlo dopředu namáčet a nebo použít Organic přírodní koncentrát, který se nanáší na silně znečištěná místa a skvrny.
- Plně využívat kapacitu pračky.
- Na vysoké teploty prát jen výjimečně.
- Zbytečně nepoužívat avivážní prostředky.

2.4 Zkouška prací účinnosti pracích prostředků

Tato zkouška spočívá ve zjišťování odolnosti textlie při použití přírodního a běžného pracího prostředku ve stálosti barvy, srážlivosti a vlivu na tkaniny. Zkouška se skládá z vlastního praní testovaného vzorku, vymáchání a usušení.

Zkouška stálobarevnosti spočívá ve zjišťování odolnosti barvy textlie a jejího zapouštění – skládá se z vlastního praní testovaného vzorku spolu s doprovodnými tkaninami, vymáchání a usušení. Zkouška stálobarevnosti v domácím a komerčním praní je upravena normou ČSN EN 20105 – C06 (80 0123). Ne všechny zkoušky byly provedeny přesně podle daných norem, ale byly upraveny dle potřeby této práce.

Z testované tkaniny je odebrán vzorek. Takto připravený vzorek je vložen do pračky. Praní probíhalo bez předpírky v pračce AEG Lavamat 74850A, plněné standardní náplní prádla (7 kg). Pro každý prací prostředek bylo dodrženo výrobcem doporučené dávkování. Voda pocházela z vodovodního řádu.

Příprava pro vyhodnocení vzorku mechanického opotřebení, omaku a žmolkovitosti

Z testované tkaniny je odebrán vzorek o velikosti 250 x 300 mm. Byly provedeny tři cykly praní. Vyhodnocení bylo subjektivní, provedeno pouze vizuálně, a to studentkou píšící tuto bakalářskou práci. Mechanické opotřebení, omak a žmolkovitost navíc hodnotilo 10 osob, které nepracují v textilním oboru.

Příprava pro vyhodnocení vzorku stálobarevnosti

Z testované tkaniny je odebrán vzorek o velikosti 100 x 40 mm. Takto připravený vzorek je vložen mezi dvě doprovodné tkaniny. Doprovodné tkaniny jsou voleny

podle materiálového složení testované textilie. První doprovodná tkanina musí být ze stejného druhu vláken jako předložený vzorek, u textilií ze směsi vláken z převládajícího druhu vlákna. Navrstvené textilie jsou sešity na jedné krátké straně za vzniku sdruženého vzorku. Byl proveden jeden cyklus praní.

Usušené vzorky se hodnotí podle změny odstínu vzorku a zapouštění do doprovodných tkanin. Změna odstínu vzorku se hodnotí dle šedé stupnice, která odpovídá normě ISO 105 – A02 a zapouštění do doprovodných tkanin se hodnotí podle šedé stupnice odpovídající ISO 105 – A03.

Vzorky byly hodnoceny za přírodního osvětlení při použití šedých stupnic. Tyto stupnice mají 5 stupňů, stupeň 5 značí nejlepší hodnotu (textilie má výbornou stálobarevnost nebo nedošlo k zapuštění do doprovodných tkanin).

Hodnocení je subjektivní, proto bylo provedeno dvěma pozorovateli – studentkou píšící tuto bakalářskou práci a vedoucí bakalářské práce.

Testování bylo uskutečněno na zkušebním vzorcích:

- A - Konstrukce: tkanina, složení: 100% bavlna, barvivo: neuvedeno. Teplota zkoušky: 60°C, prací program: bavlněné oblečení, délka pracího programu je 2 hodiny a 15 minut. Počet otáček ždímání: 1200 otáček/minuta.
- B – Konstrukce: tkanina, složení: 98% vlna, 2% polyamid, barvivo: nebarveno. Teplota zkoušky: 30°C, prací program: vlna, délka pracího programu je 1 hodina a 15 minut. Počet otáček ždímání: 400 otáček/minuta.

Ukázka všech otestovaných vzorků je uvedena v příloze, viz Příloha č. 7 Vzorníky testovaných textilií A, B.

2.4.1 Stálobarevnost

Usušené vzorky se hodnotily podle změny odstínu dle šedé stupnice.

1) Vzorek A praný:

a) v běžném pracím prostředí

- stálost barvy (po třech cyklech praní) → Vzorek není tak jasný a zářivý, patrné vyblednutí barvy, celkové hodnocení 3.
- zapouštění (po jednom cyklu praní) → Vzorek oproti původnímu je hodnocen stupněm 4,5. První doprovodná tkanina je ohodnocena stupněm 4 a druhá doprovodná tkanina stupněm 5.

b) v Organic přírodním pracím prostředku

- stálost barvy (po třech cyklech praní) → Vzorek je jasný, nepatrné vyblednutí barvy, po zkoušce je srovnatelný s původním, hodnocení: 4,5.
- zapouštění (po jednom cyklu praní) → Vzorek oproti původnímu je beze změn s původním, hodnocen stupněm 5. První doprovodná tkanina je ohodnocena stupněm 3 a druhá doprovodná tkanina stupněm 5.

2) Vzorek B praný:

a) v běžném pracím prostředku

- stálost barvy (po třech cyklech praní) → Vzorek je matný, zaznamenáno mírné zešednutí - hodnocení stupněm 4,5.
- zapouštění není hodnoceno, vzorek není barven.

b) v Organic přírodním pracím prostředku

- stálost barvy (po třech cyklech praní) → Vzorek po zkoušce je srovnatelný s původním, hodnocení stupněm 5.
- zapouštění není hodnoceno, vzorek není/nebyl barven.

2.4.2 Srážlivost

Usušené vzorky se po 3 cyklech praní změřily a porovnaly s původním o velikosti 250 x 300 mm.

1) Vzorek A praný

- v běžném pracím prostředku → Naměřená velikost vzorku je 246 x 296 mm, to je sražení o 2,9%. Vzorek nemá skoro žádnou pružnost.
- v Organic přírodním pracím prostředku → Naměřená velikost vzorku je 245 x 296 mm, to je sražení o 3,4%. Vzorek má srovnatelnou pružnost s původním vzorkem.

2) Vzorek B praný

- v běžném pracím prostředku → Naměřená velikost vzorku je 209 x 270 mm, to je sražení o 24,7%. Vzorek má minimální pružnost.
- v Organic přírodním pracím prostředku → Naměřená velikost vzorku je 243 x 270 mm, to je sražení o 5,3%. Vzorek má srovnatelnou pružnost jako původní vzorek.

2.4.3 Mechanické poškození, omak a žmolkovitost

Po 3 pracích cyklech byla provedena míra mechanického poškození, omaku a viditelných žmolků na základě hodnocení 10 dotázaných osob, které nepracují v textilním oboru. Každý dotazovaný obdržel původní vzorek, vzorek praný v běžném i přírodním pracím prostředku, a to vzorek A i B.

1) Vzorek A praný

- v běžném pracím prostředku → Dotazovaní se všichni shodli na mechanickém poškození vzorku, odstín se ztrácí. Omak je hrubý, hrbolatější. Na materiálu jsou viditelná již jednotlivá uvolněná a odstávající vlákna, na vzorku se drží i jiné nečistoty.
- v Organic přírodním pracím prostředku → Dotazovaní neshledali větší mechanické poškození, omak je srovnatelný s původním vzorkem a nejsou viditelné žádné žmolky ani odstávající vlákna na materiálu. Materiál naopak hodnotili na dotyk příjemnější než původní vzorek.

2) Vzorek B praný

- v běžném pracím prostředku → 9 z 10 dotazovaných nevěřilo, že velikost vzorku byla před praním stejná jako původní. Všichni se shodli na velkém mechanickém poškození. Omak - většina hodnotila srovnatelný s původním. Žmolkovitost nikdo neshledal, ale 8 dotazovaných poukázalo na výraznější vzor tkaniny a odstávající vlákna, což nazývali chlupatostí. Zde tedy došlo k viditelnému sražení (zvalchování) a zaplštění.
- v Organic přírodním pracím prostředku → U tohoto vzorku dotazovaní shledali srovnatelné vlastnosti jako u původního vzorku. 4 dotázaní poukázali na viditelnější vzor materiálu.

Výsledky této zkoušky prezentují, že přírodní prací prostředek má daleko lepší vlastnosti a odolnosti ve stálosti barvy, srážlivosti a omaku než běžný prací prostředek. V zapouštění do doprovodných tkanin lépe vyšel vzorek praný v běžném pracím prostředku, ale to pravděpodobně díky OZP, které běžný prací prostředek obsahuje. Výsledná tabulka s grafem je připojena v příloze, viz Příloha č. 6 Zkouška prací účinnosti pracích prostředků.

2.5 Test ekologických pracích prostředků

Ekologický institut Zelená domácnost si nechala u Technického a zkušebního ústavu stavebního, konkrétně u Zkušebního ústavu lehkého průmyslu Praha (ZÚLP), vypracovat test pracích prostředků. Bylo vytipováno 13 pracích a tekutých prostředků na trhu v České republice, které se profilují jako ekologické a ty byly podrobeny testu prací účinnosti a biologické rozložitelnosti.

5 prostředků svou prací účinností patří mezi kvalitní prací prostředky (Frosch, Qalt Excel, SA Premium). Dále jsou stanoveny 4 průměrné, 4 podprůměrné a 3 výrobky velmi slabé (prostředky od firmy Sodasan či SA8 Delicate).

Test biologické rozložitelnosti rozdělil prací prostředky do třech kvalitativních skupin: na prostředky snadno rozložitelné do 7 dnů (Frosch, Ecover, DonGemini, Sodasan Bio a Eko, Permon) a snadno rozložitelné do 28 dnů (Qalt Excel, SA 8) a na rozložitelné. Výsledky testu prací účinnosti a biologické rozložitelnosti jsou uvedeny v příloze, viz Příloha č. 8 Test ekologických pracích prostředků.

3 VÝBĚR VHODNÝCH VLASTNOSTÍ PŘÍRODNÍCH PRACÍCH PROSTŘEDKŮ PRO JEJICH MARKETINGOVOU PROPAGACI

Pro spotřebitele je rozhodující vlastnost: snadná údržba - udržet své oblečení co nejdéle nové, čisté a zářivé. Dále pak snadné použití prostředku a dávkování, která ho může oslovit či dokonce rozhodnout o koupi výrobku zákazníkem. Důležitý atribut je také dostupnost a cena při nákupu výrobku - pracího prostředku. Na to vše by se měla marketingová propagace zaměřit.

Velmi důležité jsou i negativní vlastnosti výrobku, které mohou zákazníka od výběru a koupi odradit. I tyto záporné vlastnosti je dobré znát, pojmenovat je, snažit se je odstranit.

3.1 Vhodné vlastnosti Organic přírodního pracího prostředku

- Ze své přírodní podstaty je antibakteriální a protialergický. Vyprané prádlo je proto také vhodné pro alergiky, pro kůži zasaženou ekzémy (akné, růžovka, periorální dermatitida, ...).
- Díky přírodním surovinám vhodné pro praní prádla pro děti mladší 3 let.
- Zvyšuje savost textilií.
- Je šetrný vůči barvám textilií.
- Tekutý odpad = znečištěná voda z praček je v přírodě rychle odbouratelná, snadno se rozkládá, a proto nezatěžuje životní prostředí.
- Cena jedné minimální prací dávky je nižší, není potřeba dalších prostředků jako např. na skvrny či aviváž).
- Žádné další náklady na prací dávku (vyprané prádlo je hebké a příjemné na omak i bez přídavku aviváže, avivážní působení je součástí vlastností přírodního mýdla).
- Vyšší počet pracích dávek v 1 balení oproti běžným pracím prostředkům o stejné hmotnosti (úspora nákladů na obalový materiál, účinné prací složky ve vysoké koncentraci).
- Úspora elektrické energie u silně znečištěného prádla (oproti běžným pracím prostředkům vždy pere bez přeprání, a to i při silně znečištěném prádle).
- Úspora času každého cyklu praní u silně znečištěného prádla (nemusí se oproti běžným pracím prostředkům použít přeprání).

3.2 Negativní vlastnosti Organic přírodního pracího prostředku

- Dostupnost nákupu přírodního pracího prostředku (pouze specializované kamenné obchody, internet, osobní prodej).
- Vůně vypraného prádla (prádlo po vyprání nemá žádný pach, vůni). Výrobce předpokládá, že každá umělá vůně může vyvolat alergickou reakci. Na druhé straně si uvědomuje, že je to handicap Organic přírodního pracího prostředku. Tekutou formu navoňuje slabou citrónovou vůní a o navonění vločkové formy vážně uvažuje.

4 NÁVRH MARKETINGOVÉ STRATEGIE

Bakalářská práce je věnovaná přírodním pracím prostředkům, které se používají pro domácí i textilní účely. Z toho důvodu byla jako reprezentant z oboru výroby a prodeje přírodních pracích prostředků pro domácí užití zvolena společnost TANEX Vladislav, a.s. Společnost se zabývá výrobou a distribucí zboží, které lze zařadit mezi přírodní prací prostředky.

Na základě osobního jednání Bc. Miroslavou Mokrišovou, ředitelkou a členkou představenstva firmy TANEX Vladislav, a. s. a Ing. Stanislavem Sedláčkem, jednatelem firmy INTERES21 spol. s r. o. byla zjištěna určitá představa tom, jakým směrem by se měla společnost v následujících letech ubírat.

Pro vybraný přírodní prací prostředek bude navržena marketingová strategie pro následnou marketingovou propagaci. Ta bude ověřena potencionálním zákazníkem. Cílem marketingové strategie je zvýšit prodej produktu – přírodního pracího prostředku společnosti TANEX Vladislav, a. s. a zpřístupnit jej zákazníkům v co největším počtu obchodních míst. Přestavení společnosti TANEX Vladislav, a.s. je uvedeno v příloze, viz Příloha č. 9 Představení společnosti.

4.1 Charakteristika sortimentu

Sortiment společnosti představuje především výrobu a obchod s produkty, které jsou vyráběny výhradně z přírodních materiálů. Produkují celou škálu přírodních produktů jak pro použití v průmyslu, tak pro každodenní potřebu.

Organic je řada přírodních produktů pro osobní hygienu - mýdla, sprchové gely a prací gely. Jsou vyrobeny z čistě přírodních materiálů, jsou šetrné k životnímu prostředí a obsahují kůži prospěšné látky. Řada produktů Organic se postupně rozrůstá o další výrobky, jako jsou čisticí prostředky a další.



Obr. 6 Symbol společnosti pro přírodní prací prostředky [5]

4.1.1 Profil Organic přírodních pracích prostředků

Nelze žádat od prostředku zcela přírodního původu, aby při stejných účincích jako prostředky původu chemického a při pozitivním vlivu na zdraví a životní prostředí, byl ještě k tomu levnější.

Typickým příkladem jsou produkty ekologického zemědělství. Přesto však Organic přírodní prací prostředek přináší spotřebiteli i úspory finanční. Srovnání je provedeno s účinným pracím prostředkem, viz tab. 10, 11 v příloze č. 22 Náklady na jednu prací dávku.

4.1.2 Představení výrobku Organic přírodní prací prostředek

Jedná se o originální český výrobek, vyráběný podle obnovené a vylepšené tradiční receptury výhradně z přírodních surovin.

Jeho hlavní složkou je přírodní mýdlo. Mýdlo jsou alkalické sole nasycených a nenasycených mastných kyselin, přírodní glycerin a voda. Organic je v přírodě rychle odbouratelný, snadno se rozkládá. Vypouštění odpadní prací vody proto nezatěžují životní prostředí - nejsou vypouštěny další nerozpustné látky, které běžné prací prášky obsahují ve významném objemu.

Antiflock – druhá složka Organic přírodního pracího prostředku je přírodního původu a jeho přítomnost je nezbytná pro to, aby mýdlo vypralo nečistoty - změkčuje vodu.

Žádné jiné látky v Organic přírodní pracím prostředku nejsou. Organic přírodní prací prostředek obsahuje pouze účinné prací složky ve vysoké koncentraci.

Více informací o výrobku včetně jeho vlastností je uvedeno v příloze, viz Příloha č. 10 Představení výrobku Organic přírodní prací prostředek.



Obr. 7 Balení Organic přírodní prací prostředek

4.2 Návrh marketingové strategie

Cílem předkládané práce je zanalyzovat aktuální marketingovou strategii společnosti TANEX Vladislav, a. s. zabývající se výrobou tekutých mýdel a pracích gelů a případně navrhnout přijatelná řešení problémů, se kterými by se mohla uvedená společnost v současné době na českém trhu potýkat. Při určování vhodné marketingové strategie je velmi důležitý průzkum trhu a zejména stav její konkurence.

Vize firmy je určitě snažit se uspokojit poptávku po zboží, neustále rozvíjet nové a nové výrobky a dostat se do podvědomí lidí

4.2.1 Poslání, vize a cíle společnosti

Společnost se od roku 2004 vrací k tradici výroby mýdel, kdy se stará receptura oprášila a zmodernizovala pro dnešní dobu – výrobu tekutých mýdel a pracích gelů. Při výrobě svých produktů dodržuje zásadu, to je – šetrnost k životnímu prostředí a maximální odbouratelnost těchto výrobků přichází podnik s novou řadou Organic přírodní prostředky. Tato filozofie je i vizí společnosti.

Na základě jednání Bc. Miroslavou Mokrišovou byla zjištěna určitá představa tom, jaký je smysl existence daného podniku a také o tom, jakým směrem by se měl podnik v následujících letech ubírat.

4.2.1.1 Poslání

Jako hlavní produkt, který společnost zákazníkovi nabízí, je výroba přírodních tekutých mýdel a pracích gelů v řadě Organic přírodní prostředky. Všechny tyto výrobky jsou vyrobeny přírodně, jsou bezfosfátové, v přírodě se velmi snadno, rychle a zcela rozkládají. Paní ředitelka společnosti považuje produkt Organic přírodní prací prostředky za stěžejní možnost toho, co lze zákazníkovi přednostně nabídnout. Organic produkt byl vybrán na základě tradice, dlouhodobé praxe a znalosti technologií.

Prodej tohoto produktu představuje pro paní ředitelku určitou osobní výzvu. Z tohoto důvodu se na trhu objevil první a originální český výrobek, vyráběný podle obnovené a vylepšené tradiční receptury výhradně z přírodních surovin.

Společnost nabízí pouze kvalitní přírodní prostředky. Jejich hlavní složkou je přírodní mýdlo. Organic je proto v přírodě rychle odbouratelný, snadno se rozkládá. Vypouštěné odpadní prací vody proto nezatěžují životní prostředí - nejsou vypouštěny další nerozpustné látky, které běžné prací prášky obsahují ve významném objemu.

4.2.1.2 Vize

Vizí firmy je zejména šetrnost k životnímu prostředí a maximální odbouratelnost těchto výrobků. Dále pak snažit se uspokojit poptávku po přírodních prostředcích, neustále rozvíjet nové a nové výrobky a dostat se do podvědomí lidí, a to nejen na domácí praní, ale i průmyslové. Dále chce mít společnost své přírodní prostředky více dostupné širšímu segmentu zákazníků v České republice i na Slovensku.

Do budoucna plánuje firma rozšíření řady výrobků: mycí prostředky na nádobí, prací gel na outdoorové oblečení, prací gel na vlnu, šampony pro dospělé.

4.2.1.3 Cíl

Hlavní cíl, který podnik sleduje, je v oblasti marketingu. Společnost chce získat především významný tržní podíl v segmentu s přírodními pracími prostředky v domácím užití i textilních technologiích v České republice i na Slovensku. Dále také zvýšit podíl s novými výrobky pro děti, s mycími prostředky na nádobí, pracím gelem na outdoorové oblečení, pracím gelem na vlnu, šampony pro dospělé.

4.2.2 Strategická analýza

Strategická analýza byla provedena s cílem získat co nejvíce informací, jenž se vztahují ke společnosti TANEX Vladislav, a. s. a ty pomohou získat přehled a informace o prostředí, kde se podnik nachází. Tyto informace by měly posloužit jako zdroj pro správné rozhodování při výběru strategie. Provedení marketingové situační analýzy by mělo odhalit příležitosti, hrozby a také silné a slabé stránky analyzovaného podniku.

Pomocí SWOT analýzy byly spojeny jednotlivé výsledky strategické analýzy. Cílem tohoto sjednocení zjištěných informací je nalézt příležitosti, hrozby, silné a slabé stránky společnosti. Na základě SWOT analýzy poté mohou být stanoveny základní podnikové cíle. SWOT analýza je uvedena v příloze, viz Příloha č. 12 SWOT analýza.

4.2.3 Marketingové cíle

Marketingové cíle, které by mohly pomoci naplnit strategické cíle společnosti TANEX, jsou následující:

- Dosažení vedoucího postavení v oblasti prodeje přírodních pracích prostředků a přírodní kosmetiky – získat významný tržní podíl v této oblasti, po celé České republice a Slovensku.

- Přesvědčit zákazníka o nákupu přírodních prostředků, propagace hlavních výhod na základě podpory prodeje.
- Vytvořit příznivý image produktu značky Organic přírodní prostředek – vytvořit obraz dobrého výrobce u zákazníků.

4.2.4 Marketingová strategie výrobku Organic přírodní prací prostředek

Pro dosažení marketingových cílů bylo doporučeno využití níže uvedené marketingové strategie pro přírodní prací prostředek Organic, pro společnost TANEX Vladislav, a. s.

V této části bude na základě provedené situační analýzy naznačen možný návrh změny marketingové strategie společnosti. Nejedná se o celkový návrh marketingové strategie, spíše o úpravy a doporučení v jejich jednotlivých částech. Důvodem je, že autorka neshledala nedostatky, nebo dokonce absenci marketingové strategie u sledované společnosti, spíše byly odhaleny možnosti její doplnění.

Členění je provedeno dle marketingového mixu. Zhodnocení stávající marketingové strategie společnosti je uvedeno v příloze č. 23 Stávající strategie společnosti TANEX Vladislav, a.s.

4.2.4.1 Výrobková strategie

Návrh změny strategie:

Přírodní prací prostředky, které společnost nabízí prioritně, jsou ve fázi růstu – vychází se z růstu tržeb společnosti. Proto by měla společnost i nadále pokračovat v propagaci těchto produktů. Do propagace by měla být zahrnuta také přírodní kosmetika. Ta se nachází ve fázi zavedení na trh.

Pozornost by měla být také věnována obalům a etiketám, které mají zákazníci zaujmout. Na obalu například jasně barevně označit, kolik stojí 1 prací dávka v Organic přírodní prací prostředek. Návrh obalu s označením ceny 1 prací dávky je uveden v příloze, viz Příloha č. 14 Návrh letáku o velikosti A5.

Vůně prádla (prádlo po vyprání nemá žádný pach, vůni). I výrobce předpokládá, že každá umělá vůně může vyvolat alergickou reakci je nutné si uvědomit, že je to handicap Organic přírodního pracího prostředku. O navonění vložkové formy by měla vážně uvažovat například přírodní vůně jako vanilka, levandule, mateřídouška, heřmánek a mnoho dalších.

Dále dle finančních možností a možnosti vstupu na trhy v zahraničí se doporučuje zajistit pro produkty Organic Ekoznačku EU jako například Ecolabel. Ta označuje služby a výrobky splňující vysoké standardy kvality a šetrnosti vůči životnímu prostředí a je uznávána v celé Evropské unii.

4.2.4.2 Cenová strategie

Návrh změny strategie:

U každého výrobku je nutné průběžně sledovat stanovené tržní ceny – konečné prodejní ceny, a to z důvodu možné změny nákladových položek. Pokud by nebyl zisk na požadované úrovni, je vhodné zrevidovat východiska a analýzy – zda je obsaženo skutečně vše podstatné, nejsou opomenuty třeba některé příležitosti, jak najít cesty vedoucí ke zvýšení prodeje:

- hledat nové zákazníky, nové trhy, dělat výraznější marketing,...
- najít cesty ke snížení nákladů
- inovovat produkt a nabídnout zákazníkům novou, zajímavější hodnotu
- vše analyzovat a případně i nově stanovit prodejní ceny.

4.2.4.3 Distribuční strategie

Návrh změny strategie:

Distribuce výrobků by dále mohla být rozšířena o:

- obchodní zástupce,
- obchody s dětským oblečením/zbožím, zejména sortiment pro miminka,
- internetové obchody s dětským zbožím.

4.2.4.3.1 Obchodní zástupce

Jednalo by se o zákazníky či osoby, kteří by produkt nabízeli a prodávali dále, zejména svým příbuzným, známým, kolegům, kamarádům. Pokud je někdo s výrobkem spokojený, nabídl by ho dále a ještě by z toho mohl mít příjem.

Pro společnost TANEX Vladislav, a.s. by distribuce přes obchodní zástupce na dohodu byla výhodná zejména díky minimálním nákladům na distribuci a reklamu.

4.2.4.3.2 Kamenné obchody s dětským oblečením

Kamenné obchody s dětským oblečením, zejména sortiment pro miminka a malé děti. Zaměstnanec společnosti TANEX či obchodní zástupce by v určitém regionu osobně

zajišťoval distribuci produktů na základě objednávky kamenných obchodů. Například 1x za měsíc na základě dohody by dodal požadované zboží do obchodu.

4.2.4.3.3 Internetové obchody s dětským oblečením, zejména sortiment pro batolata

Provozovatel internetového obchodu by nabízel k prodeji produkty Organic, které by hromadně objednával opět přes internetový obchod firmy TANEX. Tyto obchody by se například zaregistrovaly na internetovém obchodě společnosti TANEX a poté by měly vstup do internetové aplikace objednávání vč. možnosti slev či nižší ceny produktů pro další svůj prodej.

Společnost by si měla uvědomit význam a sílu distribuce. Měla by se tak snažit jednat vlídně a vstřícně s každým distributorem i zákazníkem, neboť tyto přímé i nepřímé kontakty vytváří bezprostřední image společnosti.

4.2.4.4 Propagační strategie - návrh změny strategie:

A) Reklama

K reklamním účelům bych navrhla využít časopisy zaměřené zejména na magazíny pro maminky a těhotné ženy. Dále pak na časopisy orientované na zdravou výživu, bio produkty, odborné časopisy pro lékaře. Tyto časopisy samozřejmě čtou lidé, jejichž neodmyslitelnou součástí života se stal zdravý životní styl a kteří přednosti přírodních prostředků jistě ocení. Ale nejen tyto lidé se zajímají o přírodní věci. S ohledem na tento fakt by bylo lepší využít i časopisů lifestyleového rázu.

Zvláštní pozornost by měla být věnována distribuci letáků v čekárnách poraden pro těhotné, u gynekologů, pediatrů a v alergologických centrech, kde se vyskytuje největší koncentrace cílové skupiny spotřebitelů.

Oslovit spíše zdravotní sestru se svolením lékaře, aby pacientům nabídla leták výrobků Organic. Dále navrhnout možnou spolupráci na Dohodu pro prodej výrobků značky Organic. Nevyužila bych této formy reklamy v masovém měřítku, ale spíše cíleně. Začít například v jednom kraji a podle úspěšnosti reklamu rozšířit dále. Samozřejmě dle finančních možností.

Jako další možnost reklamy je distribuce letáků s informacemi o produktech. Návrh letáku na Organic přírodní prací prostředek je uveden v příloze, viz Příloha č. 14 Návrh letáku o velikosti A5. Úpravy jsou zejména zviditelnění ceny 1 prací dávky a přehlednosti ceny a množství prací prostředků na 1 prací dávku. Doporučení vyhotovení letáku je na velikost stránky A5 – oboustranný tisk.

B) Podpora prodeje

Společnosti se navrhuje, aby finálním distributorům poskytla prostředky podpory prodeje, jako jsou letáky či samolepky. Nálepky by byly nalepeny zvenku na výloze kamenného obchodu, ve kterém je značka Organic prodávána.

K příležitosti účasti na veletrhu či prodejní výstavě bych doporučil realizaci marketingového výzkumu. Slosovatelný dotazník s několika aktuálními otázkami.

Mít vlastního obchodního zástupce - je třeba vybrat na tuto pozici zaměstnance, který bude výborný obchodník plný energie hledáním nových obchodních příležitostí a následné realizace obchodu. Musí být také přátelský a loajální ke svému zaměstnavateli.

C) Public relations

Nástroj public relations by se měl zaměřit na zvýšení informovanosti o produktech společnosti nabízené prostřednictvím inzerce v časopisech. Pro začátek bych navrhla uveřejnění v magazínech zaměřených na těhotné ženy, maminky a zdravý životní styl ve vhodných periodikách.

D) Internet

Základem komunikace prostřednictvím sítě internet je webová prezentace. Webová prezentace značky Organic přírodní prostředky obsahuje všechny zásadní informace, její součástí je také e-shop.

K této prezentaci jsou uvedeny tyto poznámky:

- více informací k produktům - viz Vhodné vlastnosti přírodních pracích prostředků pro marketingovou propagaci uvedené v příloze, viz Příloha č. 13 Vhodné vlastnosti přírodních pracích prostředků Organic,
- informace o ceně jedné prací dávky u pracích prostředků,
- uvedení, že se jedná o české výrobky,
- slogan či motto,
- dát informace o kamenných prodejnách, kde se dá Organic zakoupit, vyhledávání např. dle regionů či PSČ.

Pro lepší vyhledání webové stránky by bylo na hlavní stranu webové prezentace vhodné uvést co nejvíce informací týkající se produktů řady Organic tak, aby při zadání slov do vyhledávačů byla stránka s produkty Organic co nejvíce zobrazena. Např. Hledáte tradiční, české přírodní, bio produkty, výrobky či prostředky bez alergických reakcí? Organic – přírodní prací prostředek a kosmetika vyráběná jen z přírodních surovin, vhodná

pro novorozence, miminka, maminky, těhotné až po babičky a dědečky, splňuje všechny uvedené nároky a navíc je šetrný k životnímu prostředí. Dále se doporučuje vymyslet vhodný slogan či motto, které by co nejvíce řekly o produktech Organic přírodních prostředcích.

Další kategorií ve vztahu k internetu jsou bannery. Je třeba, aby se uživatelé internetu o webové prezentaci dozvěděli. Umístit bannery na stránky věnující maminkám a těhotným ženám (např. mimibazar.cz, těhotenství.cz, rodina.cz,...). Dále pak se zaměřením na zdravou výživu, bio produkty, lifestyle a webové stránky pro lékaře.

E) Direct marketing

Jako dobrý zdroj možnosti informování o výrobcích Organic přírodní prostředky se doporučuje možnost získání kontaktů o maminkách a těhotných.

Každá žena, které potvrdí lékař těhotenství a každá, která porodí, obdrží od lékaře papírový kufřík s reklamními materiály (časopisy, letáky, drobné reklamní předměty,...), a to proti předání svého souhlasu včetně uvedené kontaktu. Tyto materiály jsou předány v kufříku, které šíří společnost Prosam, s. r. o. Ta se zaměřuje na komplexní řešení přímého marketingu se zaměřením na mladé rodiny.

Od této společnosti lze za určitou úhradu získat kontakty na mladé rodiny. Tak by mohla společnost TANEX Vladislav, a. s. přímo oslovit potenciální zákazníky buď prostřednictvím reklamy v podobě e-mailového kontaktu nebo vložení vzorků svých výrobků včetně informací a letáků do kufříku pro maminky. Jelikož se jedná o vyšší náklady na získání kontaktů či vyhotovení a distribuci letáků a vzorky produktu, je nutné tuto možnost informování zhodnotit.

Jako další možnost se doporučuje využít stávající možnosti společnosti. K tomu je potřeba jeden telefonní aparát, připojení k síti internet, počítač a dostupný pracovní prostor. Přijal by se jeden brigádník, který by měl za úkol vyhledat na internetu potenciální odběratele:

Pro domácí užití

- větší či menší prodejny zaměřené na zboží pro maminky, těhotné ženy a děti
- na obchody orientované na zdravý životní styl, zdravou výživu, bio produkt

Pro průmyslové užití

- menší průmyslové prádelny
- restaurační a hotelová zařízení, kde si praní zajišťují sami

- domy s pečovatelskou službou, domovy důchodců, ...

Následně potenciální odběratele telefonicky oslovit a v případě zájmu jim prostřednictvím elektronické či klasické pošty zaslat bližší informace k výrobkům. Pro zpětnou vazbu je možné potenciální klienty následně kontaktovat, zjistit zájem či nezájem a také důvod případného nezájmu. Dále pak nabídku možnosti objednání výrobků přímo či přes internetový obchod. Existuje velké množství brigádníků s praxí v obdobné činnosti. Od této činnosti se očekává zvýšení povědomí o značce mezi odběrateli a také rozšíření odběratelské základny.

F) Place

Umístění výrobku v prodejnách menšího či středního typu se mi jeví jako ideální. Velké obchodní řetězce jsou svojí kulturou prodeje a přístupem k zákazníkům zcela nevhodné k utváření dobrého vztahu ke značce.

4.2.5 Návrh akčního plánu

Každá navržená strategie by měla mít určen i konkrétní cíl. Cíle jsou postaveny tak, aby bylo možno je po realizaci aktivity vyhodnotit, většinu i změřit. V příloze je uveden návrh rozpracování marketingové strategie a marketingového mixu do konkrétních aktivit a úkolů, viz Příloha č. 15 Návrh marketingové strategie..

4.2.6 Souhrn marketingové plánu

Marketingová strategie je v dnešní době nedílnou součástí strategického řízení společnosti. Tvorba a realizace marketingové strategie je složitý firemní proces, který probíhá v několika fázích a podílí se na něm vedení společnosti i řadoví zaměstnanci.

Hlavním cílem této práce bylo navržení vhodné marketingové strategie pro společnost TANEX Vladislav, a. s. na přírodní prací prostředky a otestování této strategie přímým kontaktem s potenciálním zákazníkem.

Základní myšlenkou této práce je, aby tyto stanovené cíle a strategie byly pro podnik v praxi reálně použitelné a pomohly tak podniku získat nové zakázky na trhu. Pro společnost může být rovněž přínosná provedená strategická analýza. Výsledky z této strategické analýzy byly spojeny pomocí SWOT analýzy a odhalily tak příležitosti, hrozby, silné a slabé stránky podniku.

5 MARKETINGOVÝ VÝZKUM A TESTOVÁNÍ

Marketingový výzkum – otestování strategie přímým kontaktem s potenciálním zákazníkem byl zpracován pro bakalářskou práci. Testování proběhlo dvěma způsoby:

1. marketingovým výzkumem – dotazováním,
2. testování nabídkou produktů řady Organic – prodej obchodním zástupcem.

Dotazování zjišťuje postoje uživatelů pracích prostředků a názory na prací prostředky. Účelem studie bylo ověřit, kde zákazníci získávají informace, jakým způsobem se rozhodují při nákupu, jejich preference, důležité vlastnosti zakoupeného zboží či rozložitelnost prostředků v přírodě.

Přímá nabídka produktů řady Organic je otestování navržené strategie přímým kontaktem s potenciálním zákazníkem - distribuční strategií, prodej obchodním zástupcem vlastním živnostenským oprávněním.

5.1 Marketingový výzkum - dotazování

Osobní dotazování probíhalo v březnu 2011 za pomoci tazatele, který kladl otázky v dotazníku a odpovědi přímo zaznamenával. Dotazování probíhalo ve městě Turnově a jeho blízkém okolí, a to zejména z důvodu získání dostatečných informací o možnosti vstupu na trh s výrobky řady Organic v této lokalitě. Respondenti byli vybíráni od věkové kategorie 20 let a výš, protože se tím předpokládá vlastní zkušenost s praním a použitím různých pracích prostředků. Popis realizace marketingového výzkumu je uvedena v příloze, viz Příloha č. 19 Realizace marketingového výzkumu – dotazování.

Vyhodnocení dotazníku proběhlo na začátku dubna 2011. Dotazník je uveden v příloze, viz Příloha č. 20. Dotazník – prací prostředky. Byly zpracovány všechny dotazníky. Nejprve byly vyhodnoceny jednotlivé otázky, poté byly doplněny o grafy a následně byl připojen komentář ke zjištěným výsledkům, který je uvedeno v příloze, viz Příloha č. 21 Vyhodnocení marketingového výzkumu – dotazování.

5.1.1 Vyhodnocení marketingového výzkumu - dotazování

Na základě marketingového výzkumu bylo zjištěno, že téměř 75 % respondentů zapíná pračku několikrát týdně, denně prádlo pere 11%. Správným dávkováním pracích prostředků dle doporučení výrobce, které je důležité pro ekologické a ekonomické praní, se řídí více jak polovina dotázaných. 17% respondentů se o dávkování vůbec nezajímá

a ostatní dávají více či méně. Většina také nepoužívá žádné přípravky na ochranu pračky. Respondenti nejčastěji používají prací prostředky (prášky), jen třetina gely. 78% dotázaných používá aviváž. Větší polovině vyhovuje balení nad 3 kg, další třetině do 3 kg.

Z výše uvedených informací od potencionálních zákazníků je tedy zapotřebí při nákupu pracích prostředků zaměřit se na jejich potřeby, které vedou zákazníky k rozhodnutí koupit si určité produkty. Na základě těchto zjištění vytvářet pak produkty dle jejich nároků a požadavků tak, aby u nich vzbuzovaly zájem. Přitom zákazníkům zdůrazňovat výhody používání přírodních prostředků jako pro ekologické praní, nejmenší zátěž pro životní prostředí, bezpečnost při používání či minimální alergická reakce. Zároveň je zapotřebí vyvrátit jejich obavy, že použití přírodních prostředků není vždy cenově nákladnější než běžné prací prostředky.

Přes 80% respondentů nezná cenu jedné prací dávky v Kč. Proto je důležité seznámit zákazníky s cenou jedné dávky, a to nejlépe možností porovnání v množství dávkování a poté i finanční náklady na jeden cyklus praní. Neměl by se tedy opomenout i důraz na úsporu – zkrácení času cyklu praní a tím i úsporu energie.

Více jak polovina respondentů se nezajímá o ekologický dopad při používání pracích prostředků na životní prostředí. Zde se doporučuje poukazovat na nezatěžování životního prostředí a ekologii.

Polovina respondentů již vyzkoušela ekologicky šetrné prostředky a čtvrtina výjimečně nějaký koupí. Bohužel jen 39% respondentů bylo s přírodním prostředkem spokojeno, 17% nebylo spokojeno a ostatní nevěděli. Tady se navrhuje poukazovat na výsledky praní jako mechanické poškození, omak a stálobarevnost a ukázat vzorky vyprané v běžném a přírodním pracím prostředku s možností porovnání. Potenciální zákazník by tak mohl posoudit rozdíl těchto vypraných vzorků, kde výsledky prezentují, že přírodní prací prostředky mají daleko lepší vlastnosti a odolnosti ve stálosti barvy, srážlivosti a omaku.

Z celkově dotázaných 11% respondentů má problém buď s alergií nebo citlivější pletí, exémy apod. a dalších 33% dotázaných sdělili informaci, že má problém některý člen v domácnosti. Zde by bylo dobré informovat o tomto produktu například reklamním letákem v čekárnách u alergologických lékařů. Když 61% respondentů hledá informace o přírodních prostředcích na internetu, 28% dává doporučení a 12% v časopisech, jeví se jako další možný návrh na představení produktů Organic dobrou webovou prezentací. Zde by byly Organic produkty zobrazeny na vyhledávacích serverech na předních místech.

Jako dobrou reklamu by bylo možné i vydávat články nejen do odborných časopisů (např. pro lékaře), ale i do běžných periodických magazínů.

Až 39% respondentů nemá ekologické prostředky dostupné poblíž bydliště. 49% dotázaným vyhovuje nákup v maloobchodě, 16% ve velkoobchodě, 11% ve speciálních prodejnách. Z tohoto důvodu by bylo dobré umístění výrobků v prodejnách menšího či středního typu zaměřené na zdravý životní styl, zdravou výživu, bio produkty. Jelikož jsou produkty Organic velmi vhodné i pro děti do 3 let, bylo by dobré oslovit i prodejny se zbožím pro maminky, těhotné ženy, miminka a děti.

Téměř 80% respondentů, pokud by obdrželi nabídku přírodního prostředku, který snadněji odstraní nečistoty a je šetrnější k textiliím, bylo ochotno zakoupit prostředek i za vyšší cenu.

Výzkum ukázal, že 40% respondentů, kteří vyzkoušeli Organic přírodní produkt, bylo s účinností spokojeno. 7% bylo nespokojeno, a to zejména z toho důvodu, že nebyl viděn lepší efekt vyprání prádla oproti běžným pracím prostředkům. Více jak polovina dotázaných neví, zda je Organic lepší, proto neshledává žádné rozdíly. Pro posouzení je nutné mít vzorek původní textilie a poté další dva, vyprané v Organic přírodním pracím prostředku a v běžném pracím prostředku. Následně vzorky posoudit vizuálně, a to i po několika cyklech praní. Jelikož v běžném domácím užití nemohou respondenti tuto zkoušku provést, je těžké z jejich pohledu posoudit značné rozdíly kvality vypraných vzorků.

Marketingového výzkumu se zúčastnilo 90% žen, 10% mužů a to v 70% ve věku 26 – 40 let. 63% respondentů mělo středoškolské vzdělání, 22% vysokoškolské.

5.1.2 Doporučení na základě vyhodnocení

Na základě vyhodnocení marketingového průzkumu dotazováním byly údaje zapracovány do marketingové strategie společnosti TANEX Vladislav, a. s. pro výrobky řady Organic. Návrh změny marketingové strategie společnosti je uveden v bodě 4.2.4., členění je provedeno dle marketingového mixu.

5.2 Testování nabídkou produktů Organic – přes obchodního zástupce

Přímá nabídka produktů řady Organic byla otestována navrženou distribuční strategií, prodej obchodním zástupcem, který vlastní živnostenské oprávnění. Obchodní zástupce má vlastní zkušenosti s výrobky Organic.

Od 1. 3. 2011 do 14. 3. 2011 bylo prostřednictvím elektronické pošty přímo osloveno 15 potenciálních zákazníků z řad příbuzných, známých a kolegů obchodního zástupce, kterým byla předložena nabídka produktů Organic s komentářem zástupce o své vlastní zkušenosti s produktem.

5.2.1 Vyhodnocení nabídky oslovením přes obchodního zástupce

Z 15 přímo oslovených potenciálních zákazníků si závazně objednalo 10 kupujících výrobky řady Organic v celkové hodnotě 8.884,00 Kč. Společnosti TANEX Vladislav, a. s. byla 15. 3. 2011 odeslána objednávka, která byla přes obchodní zástupce distribuována zákazníkům. Obchodní zástupce společnosti uhradil fakturu ve výši 5.866,80 Kč. Na této obchodní transakci zástupce utřžil 3.017,20 Kč.

5.2.2 Doporučení na základě vyhodnocení

Na základě otestování přímým oslovením potenciálních spotřebitelů prostřednictvím obchodního zástupce s vlastním živnostenským oprávněním, neměla společnost TANEX Vladislav, a. s. žádné náklady na mzdu a tím i závazky za zaměstnance či vysokých nákladů na reklamu.

Je ale zapotřebí mít v každém regionu či lokalitě zástupce pro prodej produktu. Proto by se měla společnost nejprve zaměřit na vyhledání těchto obchodníků, získat kontakty od svých zaměstnanců jako doporučení na známé, kamarády z jednotlivých regionů po celé České republice. Těm by pak předala vzorky na odzkoušení a seznámila je s výsledky testování na materiálech.

Proto tento způsob distribuce je vyhodnocen jako realizovatelný a pro společnost i přínosný nejen jako nízkonákladová propagace s vyhledáváním nových spotřebitelů, ale následně i docílení prodeje a zisku.

ZÁVĚR

Bakalářská práce měla za cíl porovnat přírodní a běžné prací prostředky z hlediska technologických, ekonomických i ekologických kritérií, vybrat vhodné vlastnosti přírodních pracích prostředků, navrhnout marketingovou strategii pro výrobce přírodních pracích prostředků společnost TANEX Vladislav a. s. včetně testování strategie přímým kontaktem s potenciálním zákazníkem.

Používáním přírodních pracích prostředků se přispívá nejen biologickému odbourávání, ale i pomoci přírodě jako takové. Asi nejvíce škodlivá složka pracích prostředků jsou fosforečnany, které ve velké míře neumožňují mikroorganizmy v čističkách odpadních vod spotřebovat. Proto je zapotřebí snažit se škodlivé složky nahrazovat takovými složkami, které se v přírodě snadno rozkládají a jsou šetrnější k přírodě i životnímu prostředí. Důležité je také dodat, že už používání samotné automatické pračky je ekologičtější než praní prádla ručně.

V současnosti jsou kladeny větší nároky na cenu než na ekologii. Ne vždy ale jsou přírodní prací prostředky dražší oproti běžným pracím prostředkům, jak ukázalo porovnání z ekonomického hlediska. Tuto informaci bohužel uživatelé pracích prostředků většinou nemají, a proto žijí v domněnku, že vyšší cena za balení přírodních pracích prostředků oproti běžným se rovná i vyšší ceně prací dávky.

Ekologické přírodní prací prostředky vyperou prádlo stejně efektivně jako ty běžné prací prostředky a stejnou službu jako aviváž, prokážou přírodní změkčovače. Na základě testování praní stálobarevnosti v přírodním a běžném pracím prostředku se ukázala vyšší šetrnost k barvám a i nižší procento sražení materiálu při použití přírodního pracího prostředku. Při zkoušce zapouštění do doprovodných tkanin měl přírodní prací prostředek o jeden stupeň horší výsledek zapouštění pouze do první doprovodné tkaniny. Co se týče mechanického poškození jednotlivých vláken, uvolňování vláken při praní a jemnost omaku, je jednoznačně šetrnější přírodní prací prostředek.

Na základě porovnání byly vybrány vhodné vlastnosti přírodního pracího prostředku, na jejímž základě byla navržena marketingová strategie. Ta zejména se zaměřením na zvýšení prodeje výrobků řady Organic, konkrétně Organic přírodní prací prostředek pro společnost TANEX Vladislav a. s. Výchozími informacemi byla stávající strategie společnosti, na jejíž podstatě byly navrženy změny či další návrhy vývoje. Pomocí těchto návrhů by mělo být docíleno zvýšení prodeje, a tím i tržeb společnosti.

V práci byl též proveden marketingový výzkum se zaměřením na zjištění názorů a postojů o pracích prostředcích. Na základě vyhodnocení průzkumu byly údaje zpracovány do navrhované marketingové strategie.

Spolu s marketingovým výzkumem proběhlo i testování přímým prodejem přes obchodního zástupce. Úspěch v prodeji obchodní zástupce nečekal, výsledkem je že za minimální náklady na reklamu je možné dosáhnout zisku z prodeje produktů Organic v okruhu známých, kolegů či příbuzných obchodníka. Na základě tohoto zkoušení bude uzavřena smlouva mezi obchodním zástupcem a společností TANEX Vladislav, a. s. pro vyhledávání nových obchodních příležitostí pro oblast Libereckého kraje.

Společnost TANEX Vladislav a. s. zamýšlí další navržené změny marketingové strategie aplikovat nejprve do zkušebního provozu pro jednu lokalitu. V případě kladných výsledků by pak strategii použili po celé České republice, případně i na Slovensku.

6 POUŽITÁ LITERATURA

- [1] Pračky.org [online]. 2011 [cit. 2011-04-01]. Historie mýdla a pracích prostředků. Dostupné z WWW: <<http://www.pracky.org/historie-mydla/>>.
- [2] LadyAnn. ŽenaX.cz [online]. 2010-04-10 [cit. 2011-04-01]. Milníky v historii praní. Dostupné z WWW: <http://www.zenax.cz/milniky_v_historii_prani_9118.htm>.
- [3] MACHAŇOVÁ, D.: Předprava textilií I. Skriptum TU Liberec, 2008. ISBN 978-80-7372-821-7.
- [4] MACHAŇOVÁ, Dagmar.: Předúprava textilií I., II. Liberec : Technická univerzita Liberec, 2008. 196 s. Dostupné z WWW: <<https://skripta.ft.tul.cz/database/data/2008-07-17/14-18-42.pdf>>.
- [5] Machaňová, D. Odvárka, J. Prášil, M. Kryštůfek, J.: Technologie zušlechťování. 1. vyd. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2002. ISBN 80-7083-560-5.
- [6] Levandulka: Fotoalbumi [online]. 2010 [cit. 2010-07-08]. Mimibazar. Dostupné z WWW: <<http://www.mimibazar.cz/foto.php?id=25652379&tab=12>>.
- [7] Vitamina.cz [online]. 2010 [cit. 2011-04-01]. Eko drogerie, mýdlové ořechy na praní. Dostupné z WWW: <[7] <http://www.vitamina.cz/0,29,Eko-drogerie,-mydlove-orechy-na-prani.html?p=productsList&iCategory=29&page=1>>.
- [8] BioEDEN.cz [online]. 2011 [cit. 2011-04-01]. Sypký prací prášek EKO Compact BIO Sodasan. Dostupné z WWW: <http://www.bioeden.cz/praci_prasky_sypke-sodasan_sypky_praci_prasek_eko_compact_bio-413834259-819913614-Sodasan/>.
- [9] WWW.iKOŽEŠINY.cz [online]. 2010 [cit. 2011-04-01]. Lanolin. Dostupné z WWW: <<http://www.ikozesiny.cz/www-ikozesiny-cz/eshop/10-1-cistici-prostredky>>.
- [10] Ecobioshop.eu [online]. 2010 [cit. 2011-04-01]. Biopracíkoule. Dostupné z WWW: <[10] <http://www.ecobioshop.eu/?12,biopracikoule-biowashball@>>.
- [11] Zelenapumpa.cz [online]. 2010 [cit. 2011-04-01]. Novinky. Dostupné z WWW: <<http://www.zelenapumpa.cz/soubory/o0000000198.pdf>>.
- [12] Simplegreen.cz [online]. 2000-11-20 [cit. 2011-04-01]. Vysoce účinné, ekologické, čisticí a odmašťovací prostředky. Dostupné z WWW: <<http://www.simplegreen.cz/news/simplegreen-ekologicky-setrny-vyrobek/>>.
- [13] Eco-label.com [online]. 2011 [cit. 21-04-17]. Vítejte. Dostupné z WWW: <<http://www.eco-label.com/Czech>>.

- [14] TANEX Přírodní produkty pro Váš život [online]. 2010 [cit. 2011-04-01]. Dostupné z WWW: <<http://www.tanex.cz/cz/index.php>>.
- [15] MACHAŇOVÁ, D.: Předúprava textilií – Návodů na cvičení, 2. dopl. a přeprac. vyd. Technická univerzita v Liberci, 2007. ISBN 978-80-7372-240-1.
- [16] MILITKÝ, J.: Textilní vlákna. Technická univerzita v Liberci, 2002. ISBN 978-80-7083-644-X.
- [17] Ekolist.cz [online]. 2010 [cit. 2011-04-01]. Test Zelená domácnost. Dostupné z WWW: <<http://ekolist.cz/cz/zelena-domacnost/rady-a-navody/test-zelene-domacnosti-nejlepe-pere-frosch-a-qalt-excel>>.
- [18] MACHAŇOVÁ, Dagmar; PRÁŠIL, Miroslav. Ekologické aspekty textilních procesů [online]. Liberec : Technická univerzita Liberec, 2009 [cit. 2011-04-01]. Dostupné z WWW: <https://skripta.ft.tul.cz/databaze/list_aut.cgi?aut=23&skr=141&pro=>>. ISBN 978-80-7372-460-3.
- [19] Pvt.estranky.cz [online]. 2010 [cit. 2011-04-01]. Rady a nápady. Dostupné z WWW: <<http://www.pvt.estranky.cz/clanky/rady-a-napady.html>>.
- [20] Sodasan.cz [online]. 2010 [cit. 2011-04-01]. Užitečné rady. Dostupné z WWW: <<http://sodasan.cz/?q=uzitecne-rady>>.
- [21] garten.cz [online]. 2008 [cit. 2011-04-15]. Rostliny. Dostupné z WWW: <<http://www.garten.cz/a/cz/3731-saponaria-officinalis-mydlice-lekarska>>.
- [22] Justice.cz [online]. 2011 [cit. 2011-04-01]. Výpis. Dostupné z WWW: <<http://www.justice.cz/xqw/xervlet/insl/report?sysinf.vypis.CEK=373696&sysinf.vypis.rozsah=aktualni&sysinf.@typ=transformace&sysinf.@strana=report&sysinf.vypis.typ=XHTML&sysinf.vypis.klic=b3e09fa703b337db92db02f99c7f06d4&sysinf.spis.@oddil=B&sysinf.spis.@vlozka=3043&sysinf.spis.@soud=Krajsk%FDm%20soude m%20v%20Brn%EC&sysinf.platnost=01.04.2011>>.
- [23] MACH, Martin. Ekolist.cz [online]. 2006-10-26 [cit. 2011-04-01]. Zelená domácnost. Dostupné z WWW: <<http://ekolist.cz/cz/zelena-domacnost/rady-a-navody/test-zelene-domacnosti-nejlepe-pere-frosch-a-qalt-excel>>.
- [24] Proč právě prášky bez fosfátů?. Lidovky : neviditelný pes [online]. 2003-03-08, 32090, [cit. 2010-11-15]. Dostupný z WWW: <http://archiv.neviditelnypes.lidovky.cz/clanky/2003/08/32099_11_15_0.html>.
- [25] SÍMOVÁ J.: Marketingový výzkum. Vydání první, Liberec: Vysokoškolský podnik, s. r. o., 2005. ISBN 80-7372-014-0

7 SEZNAM TABULEK

Tab. 1 Přehled technologických kritérií	22
Tab. 2 Cenové porovnání jedné minimální prací dávky.....	24
Tab. 3 Přehled ekonomických kritérií	25
Tab. 4 Přehled ekologických kritérií	26
Tab. 5 Celkový přehled kritérií.....	68
Tab. 6 Oznámkování zkoušky prací účinnosti.....	69
Tab. 7 Výsledky testu prací účinnosti a biologické rozložitelnosti [11]	74
Tab. 8 SWOT analýza společnosti TANEX Vladislav, a.s.	80
Tab. 9 Návrh rozpracování marketingové strategie.....	85
Tab. 10 Odpovědi na otázky marketingového průzkumu.....	104
Tab. 11 Náklady na jednu prací dávku v gramech	109
Tab. 12 Náklady na jednu prací dávku v Kč	109

8 SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. 1 Vznik povrchového napětí mezi prací kapalinou a vzduchem [3]	15
Obr. 2 Běžný prací prostředek [1]	17
Obr. 3 Organic přírodní prací prostředek	18
Obr. 4 Ekologicky šetrný výrobek [5] Obr. 5 Ekoznačka EU [13][5].....	20
Obr. 6 Symbol společnosti pro přírodní prací prostředky [5].....	34
Obr. 7 Balení Organic přírodní prací prostředek	35
Obr. 8 Mýdlové ořechy [7]	56
Obr. 9 Prací gel z mýdlových ořechů [5].....	57
Obr. 10 Květ mydlíce lékařské	58
Obr. 11 Sypký prací prášek EKO Compact BIO SODASAN [8]	58
Obr. 12 Přírodní prací prostředek s lanolinem [9].....	59
Obr. 13 Bio prací koule [5].....	60
Obr. 14 Obal pracího prostředku Organic s označením ceny 1 prací dávky	79
Obr. 15 Návrh letáku – přední strana	83
Obr. 16 Návrh letáku – zadní strana	84

9 SEZNAM GRAFŮ

Graf 1 Doporučené dávkování pracích prostředků výrobců v gramech	23
Graf 2 Náklady na jednu prací dávku v Kč	24
Graf 3 Zkouška prací účinnosti převedená do grafu	69
Graf 4 Jak často zapínáte pračku?	99
Graf 5 Dodržujete doporučené dávkování pracích prostředků?	99
Graf 6 Používáte přípravky na ochranu pračky?	100
Graf 7 Z pracích prostředků používáte nejčastěji	100
Graf 8 Používáte při praní aviváž?	101
Graf 9 Jak velké balení pracího prostředku vám nejvíce vyhovuje?	101
Graf 10 Víte kolik stojí 1 prací dávka vašeho prostředku?	102
Graf 11 Zajímáte se o ekologický dopad při používání prací prostředků na životní prostředí?	102
Graf 12 Vyzkoušela jste ekologicky šetrné prací nebo čistící prostředky?	103
Graf 13 Pokud jste již vyzkoušel/a nějaký přírodní prací prostředek, byl(a) jste spokojena s výsledkem praní?	103
Graf 14 Potýkáte se vy nebo členové vaší domácnosti s alergií?	104
Graf 15 Jsou ekologické čistící a prací prostředky dostupné poblíž vašeho bydliště?	105
Graf 16 Jaká forma prodeje vám vyhovuje při nákupu pracího prostředku?	105
Graf 17 Znáte název ekologického čistícího prostředku?	106
Graf 18 Kde byste hledali informace o přírodních pracích prostředcích?	106
Graf 19 Pokud byste obdrželi nabídku na přírodní prací prostředek, byli byste ochotni zakoupit i za vyšší cenu?	107
Graf 20 Pokud jste již vyzkoušeli Organic, byli jste s účinností spokojeni?	107

10 PŘÍLOHY

Příloha č. 1 Znamé přírodní prací prostředky	56
Příloha č. 2 Technologický vývoj z hlediska jejich vlivu na životní prostředí	61
Příloha č. 3 Hlavní složky běžných prací prostředků	63
Příloha č. 4 Rady a nápady našich babiček na praní bez chemických prostředků	65
Příloha č. 5 Kompletní přehled jednotlivých vlastností prací prostředků.....	68
Příloha č. 6 Zkouška prací účinnosti prací prostředků.....	69
Příloha č. 7 Vzorníky testovaných textilií A, B.....	70
Příloha č. 8 Test ekologických prací prostředků.....	73
Příloha č. 9 Představení společnosti	75
Příloha č. 10 Představení výrobku Organic přírodní prací prostředek	77
Příloha č. 11 Návrh obalu s označením ceny 1 prací dávky	79
Příloha č. 12 SWOT analýza	80
Příloha č. 13 Vhodné vlastnosti přírodní prací prostředků Organic:	81
Příloha č. 14 Návrh letáku o velikosti A4	83
Příloha č. 15 Návrh marketingové strategie	85
Příloha č. 16 Obchodní rozvaha	86
Příloha č. 17 Produktový list	88
Příloha č. 18 Pracovní plán přípravy obchodního jednání	90
Příloha č. 19 Realizace marketingového výzkumu - dotazování.....	94
Příloha č. 20 Dotazník – prací prostředky	96
Příloha č. 21 Vyhodnocení marketingového výzkumu – dotazování.....	99
Příloha č. 22 Porovnání nákladů na jednu prací dávku	109
Příloha č. 23 Stávající strategie společnosti TANEX Vladislav, a.s.	110

Příloha č. 1 Znamé přírodní prací prostředky

Mýdlový ořech

Mýdlový ořech je plod stromu *Sapindus Mukorrosi*, který roste v Nepálu a Indii. Jako rostlinný prací prostředek se hodí pro jemné, avšak důkladné a šetrné praní a čištění. Prádlo změkčuje přírodním způsobem, takže odpadá nutnost používání avivážních prostředků. Vyprané prádlo má neutrální aroma, které je možné vylepšit použitím éterického oleje (éterický olej se nakape na sáček s ořechy před vložením sáčku do pracího bubnu). Tyto ořechy jsou velké a mají medově zlatavou barvu.

Praní s mýdlovým ořechem je šetrnější k barvám, barevné prádlo mnohem déle udrží jasné barvy. Je ideální pro praní jemného prádla jako je vlna, hedvábí a také k praní peří. Je výbornou alternativou pro alergiky a osoby trpící kožními chorobami. Praní v mýdlových ořeších je podstatně levnější než praní s běžnými prášky. Do odpadních vod nevypouštíte fosfáty, které přispívají k tvorbě a růstu vodních sinic.

Mýdlové ořechy jsou obnovitelná surovina, sklízená v oblasti třetího světa. Jejich používáním se přispívá lidem, především místním ženám, které ořechy pěstují a připravují, namísto sponzorování nákladných a zbytečných reklamních kampaní nadnárodních společností.

Ořechy je v pračce možné použít i vícekrát, podle teploty praní – čím vyšší teplota, tím rychleji ztrácejí prací účinnost. Z ořechů je možné získat mýdlový výluh povařením ve vodě po dobu 10-15 minut. Tento výluh je možno použít k ručnímu praní, mytí nádobí a všude tam, kde se používají běžné saponáty. K výrobě výluhu se dají použít i ořechy použité v pračce.

Orientační cena 1 kg mýdlových ořechů je 250 Kč.



Obr. 8 Mýdlové ořechy [7]

Prací gel z mýdlových ořechů

Jedná se o oblíbené mýdlové ořechy ve snadno dávkovatelné gelové konzistenci. Základem pracího gelu je výtažek z mýdlových ořechů získaný nejšetrnější metodou za studena. Je vhodný pro všechny druhy prádla a praní při všech teplotách i pro ruční praní. Šetrný k barvám, bez parfemace, vhodný pro praní dětského prádla nebo pro alergiky a lidi s citlivou pokožkou.

Dávkování udávané výrobcem: Jeden uzávěr (cca 35 ml) na jeden prací cyklus. Při tvrdé vodě a větším znečištění prádla se doporučuje dávku zvýšit až na dvojnásobek. Dávkuje se přímo do bubnu pračky nebo do zásobníku na prací prostředek.

Přípravek neobsahuje ropné deriváty, fosfáty, umělé parfémy, barviva a opticky zjasňující látky.

Složení: Saponin z mýdlových ořechů v biokvalitě, 5-15% uhličitan sodný (soda), silikáty, chlorid sodný (kuchyňská sůl), xantanová guma.

Orientační cena za 1,5 litru pracího gelu je 209 Kč.



Obr. 9 Prací gel z mýdlových ořechů [5]

Prací prostředek z kořene mydlice lékařské

Mydlice lékařská - *Saponaria officinalis* obsahuje hodně saponinu, látky, která pění ve vodě a má mírně čistící účinky. Než byl znám proces vaření mýdla, namáčely se rozlámané kousky kořene mydlice lékařské do vody a dělal se z nich prací prostředek. V současné době to dělají už jen restaurátoři a čistí tak velmi choulostivé staré tapety a historické oděvy.

Rovněž léčebně je mydlice lékařská nyní méně důležitá. Působí projímavě, čistí krev, rozpouští hleny, ale saponin je jedovatý, takže po neodborném užívání mohou vzniknout záněty v žaludku a ve střevech. Proto vnitřní použití této rostliny nedoporučujeme.

Výluh z kořenů se přidává do koupele, kterou se léčí lupénka a další kožní nemoci, při nichž se tvoří šupiny. Je to také populární prostředek proti lupům. Květy,

kteřé rozkvétají mezi červnem a srpnem, šíří nádhernou vůni, a proto udělají ve váze dvojnásobnou radost. Jsou velké a krásně jemně růžové až bílé.

Ačkoliv mydlice lékařská rostla původně pravděpodobně pouze v lesích jižní Evropy, nyní se vyskytuje planě také u nás. Tato vytrvalá bylina dorůstá do výšky 1 m. Nejlépe se jí daří ve výživné půdě udržující vlhkost na krajích lesů a remízků. Mydlice lékařská je také nádherná nezníčitelná zahradní rostlina.



Obr. 10 Květ mydlice lékařské

Sypký prací prášek EKO Compact BIO SODASAN

Univerzální koncentrovaný prací prášek pro všechny textilie s výjimkou vlny a hedvábí. Neobsahuje optické zesvětlovače, enzymy ani jiné přísady na petrochemické bázi. Neznečišťuje odpadní vody, biologicky snadno odbouratelný. Vyrobeno na bázi rostlinných Bio mýdel a Bio tenzorů. Hlavní mycí substance vyrobena z organicky pěstovaného palmového a kokosového oleje. Nevyžaduje použití změkčovadel vody s výjimkou velmi tvrdé vody.

Složení: „70% mycí substance: rostlinné mýdlo z Bio olejů, tensidy z bio mléčné bílkoviny, 10%-30% silikáty k zesílení pracího účinku, jako ochrana proti korozi a pro změkčení vody, 5%-10% polyasparaginová kyselina, 5%-10% citráty k rychlému vázání vodního kamene ve studené vodě, 0%-2% éterické oleje.“ [5] Orientační cena 1,35 kg pracího prostředku je 260 Kč = 25 dávek.



Obr. 11 Sypký prací prášek EKO Compact BIO SODASAN [8]

Přírodní prací prostředek s lanolinem

Speciální prací prostředek na flaušovou a měkkou vlnu. Přírodní prací prostředek pečuje o textilie z přírodní vlny a přírodních vláken, pletené věci, jemné prádlo a deky. Je velmi šetrný k textiliím, zachovává tvar a barvu, prádlo je zářivě čisté a voňavé. Hodnotný lanolin a ke kůži šetrná Ph hodnota chrání prádlo a ruce spotřebitele. Neobsahuje fosfáty a je ekologicky nezávadný.

Návod k praní: Namočené prádlo má být prohněteno prostředkem a nechat 10 - 30 min. (podle zašpinění) působit a po té propláchnout vodou max. 30°C. Prádlo se nemá máchat ani ždímat.

Složení: „5 - 15 % anio a ion tenzid, konzervační látky, PEG - 75 lanolin, parfemovaný olej, barvivo.“ [5]

Obsah balení – neznámá informace. Výrobce: concentra - Lubecke, SRN, orientační cena 160 Kč.



Obr. 12 Přírodní prací prostředek s lanolinem [9]

Bio prací koule BIOWASHBALL®

Bio prací koule (BIOWASHBALL®) je obchodní název unikátního švýcarského pracího prostředku šetrného k životnímu prostředí. Aktivní prací složkou je unikátní biologický keramický materiál, jehož jednotlivé částice jsou uzavřeny v tvarované plastové kouli, vyrobené z netoxického a zdravotně nezávadného materiálu.

Propagační leták - prospekt bio prací koule uvádí:

Ve srovnání s obvyklými způsoby praní prádla použitím ekologického pracího prostředku s názvem Bio prací koule se mají šetřit peníze spotřebitele, chránit přírodu, snižovat výskyt bakterií ve vypraném prádle a minimalizovat riziko výskytu alergických reakcí vyvolaných zbytky pracího prášku.

Používáním Bio prací koule se může snížit spotřeba detergentů (pracích prostředků). Také má schopnost vyvarovat se vzniku případných alergických reakcí na kůži

způsobených zbytky detergentů na oděvech či ložním prádle. Barevné textilie neztrácejí svojí barevnost, a to především z důvodu omezení působení chloru rozpuštěnému ve vodě při tradičním praní prádla obvyklými pracími prostředky. Vlákná tkaniny (látky) zůstávají pružná a neztrácí svou elasticitu. Je možné prát i velmi jemné textilie.

„Keramický materiál, který je uvnitř Bio prací koule, je složený z osmi různých druhů, má schopnost emitovat paprsky infračerveného světla, které zahřívají molekuly vody, a tím se zvýší jejich reakční rychlost, což způsobuje urychlení pohybu molekul v roztoku při praní. Voda tím zvyšuje schopnost pronikat do látky (textilie) a docílí se tím kvalitního vyprání.

Bio prací koule vysílá negativní ionty, které zeslabují přilnavost špíny k látce a tím se snadno odstraní některé skvrny a to i bez použití pracího prášku. Má hodnotu pH cca 8-10 stejně jako má chemický prací prostředek. Proto může účinně odstraňovat skvrny od mastnoty, ovoce a zeleniny, aj. Bio prací koule také odstraňuje sloučeniny chlóru ve vodě, tím se snižuje povrchové napětí vody - prací proces je proto efektivnější. Má také antibakteriální účinek a odstraňuje zápach. V neposlední řadě také ničí škodlivé bakterie ve zbytkové vodě pračky. Po vyprání je prádlo čisté a zdravotně nezávadné.“ [9]

Doba použitelnosti: Při každodenním praní do 4 kilogramů prádla je doba použitelnosti Bio prací koule minimálně 3 roky, přibližně 1000 použití. Orientační cena 1 kus za 999 Kč. Výrobce neuveden.



Obr. 13 Bio prací koule [5]

Příloha č. 2 Technologický vývoj z hlediska jejich vlivu na životní prostředí

Průměrná spotřeba pracích prostředků v Evropě je asi 16 kg na osobu a rok. Tak vysoká spotřeba pracích prostředků vyvolává otázku, do jaké míry jsou tato množství únosná pro životní prostředí. Obecně neexistuje neškodný prací prostředek, téměř celá dávka použitého pracího prostředku se po použití dostane do odpadní vody.

Až do roku 1960 – obsahovaly prací prostředky biologicky tvrdé tenzidy. Tenzidy se silně rozvětvenými uhlovodíkovými zbytky, které se působením mikroorganismů, přítomných ve vodě, rozkládají jen pomalu (např. TPS –tetrapropylenbensulfonát). Problémy biologicky tvrdých tenzorů jsou tvoření pěny na tocích, TPS je toxický pro ryby, ke svému rozkladu spotřebovává kyslík. Řešením je zákonem zakázána výroba.

V současné době jsou na trhu prací prostředky, které mají při menší spotřebě surovin a energie a snížené produkci odpadu vyšší účinnost a špičkovou kvalitu. Tento vývoj proběhl v několika stupních.

- 1) Na začátku 60. let se zavedly rychleji biologicky rozložitelné povrchově aktivní látky – lineární tenzidy.
- 2) Na konci 60. let se zavedly prací prášky s obsahem enzymů – tzv. biologicky aktivní prací prostředky. Enzymy jsou velice šetrné z hlediska životního prostředí – jsou zapotřebí jen v nepatrném množství, čímž byla nahrazena řada jiných složek, jsou vysoce účinné i při nižších teplotách, takže šetří energii a jsou rychle biologicky rozložitelné.
- 3) Na začátku 80. let byly zavedeny prací prostředky, které dobře perou při ještě nižších teplotách a šetří tak energii potřebnou pro ohřívání vody.
- 4) Uprostřed 80. let se zaváděly tekuté prací prostředky. Některé z nich se aplikovaly v dávkovacích nádobkách přímo na prádlo, čímž se zamezilo ztrátě pracího prostředku v pračce. Rovněž již nebyla nutná předpírka, takže se také ušetřila energie.
- 5) Na konci 80. let byly zavedeny kompaktní práškové detergenty. Zvýšenou koncentrací detergentů se dosáhlo o 30 % menší spotřeby složek a obalových hmot vztaheno na jedno praní. Rovněž bylo zavedením kompaktních pracích prostředků dosaženo úspory energie, a to ve výrobě, distribuci i spotřebě.
- 6) Začátkem 90. let bylo zavedeno opětovné plnění obalů tekutých pracích prostředků a aviváží, takže se snížila spotřeba obalových hmot a také náklady. Opětovně

se plní i kartonové obaly, obsahující práškové prací prostředky. Dále se rozšířilo používání recyklovaných obalových materiálů (recyklované lepenky na výrobu kartonů a recyklovaných plastů na výrobu plastikových lahví).

Příloha č. 3 Hlavní složky běžných pracích prostředků

Fosfáty = fosforečnany

Fosfáty jsou biologicky rozložitelné, zůstávají v prostředí jako výživa pro rostliny a živočichy. Avšak vysoká koncentrace fosforu, navíc spolu s dusíkem, způsobuje nadvýživu a tím i přemnožení vodních mikroorganismů ve stojatých a pomalu tekoucích vodách. Produkty těchto mikroorganismů jsou toxické. Takto postižené vody jsou problémem, je obtížné je využívat jako zdroj pitné vody, nejsou vhodné ke koupání. Navíc přemnožení mikroorganismů na jedné straně vede k biologické nerovnováze. Čištění takovýchto vod je velmi obtížné.

V této souvislosti jsou proto hledány účinné náhražky fosfátů v pracích prostředcích. Navzdory velmi pokročilé technologii pracích prostředků není ani dnes známá žádná jiná látka, která by v sobě spojovala úplné spektrum komplexního působení fosfátů v procesu praní. I když některé z nich jsou již využívány v praktickém měřítku, nepodařilo se dosud najít látku, která by plně ve všech vlastnostech nahradila polyfosforečnany. Vždy tuto úlohu polyfosforečnanů musí nahradit směsí látek, u kterých však dosud naprosto není jednoznačně znám takový biologický rozklad, který by vyloučil sekundární škodlivé účinky na systém vodních toků. Dnes používané náhražky fosfátů je možné rozdělit do několika velkých kategorií. Tyto látky mají podobné účinky jako fosfáty, jsou ale většinou dražší.

Možnosti snížení fosfátů

Iontoměniče

Významné jsou pouze tzv. zeolity. Jsou to synteticky vyrobené hlinitokřemičitany sodné, z nichž největší význam má Zeolit 4A. Zeolity v bezfosfátových pracích práscích převzaly funkci změkčování vody. Mají dobrou schopnost výměny Ca^{2+} iontů, ale nemají téměř žádnou schopnost vázat ionty Mg^{2+} v podmínkách pracího procesu. Toto je jedním z více důvodů, proč zeolity nemohou beze zbytku převzít univerzální roli fosfátů.

Organické komplexotvorné látky

- NTA – sodná sůl kyseliny nitrilotové
- Kyselina citrónová a její sole – nedosahují takové účinnosti jako NTA, protože se stoupající teplotou prací lázně ztrácejí svou stálost. Nepředstavují proto univerzálně použitelnou náhradu fosfátů v pracích prostředcích.

- EDTA – kyselina ethylendiaminotetraoctová, používá se jako stabilizátor bělicího systému a jako látka nahrazující fosfáty.

Tenzidy

Tenzidy jako látky aktivní při praní byly z hlediska nezávadnosti testovány velmi pečlivě. Dospělo se k závěru, že převážná většina tenzidů používaných v současných detergentech má hodnotu celkové biologické odbouratelnosti větší než 90 %.

Perboritany

Perboritany se často nahrazují boritanem sodným, který je nerozpustný. Toxicita boritanu pro vodní organismy je velmi malá a jeho koncentrace v říční vodě se pohybuje v hodnotě řádově 1000x pod hranicí nebezpečnosti pro ryby a další vodní organismy. U kulturních rostlin toxická koncentrace závisí na druhu, např. u citrusových plodin mohou vysoké koncentrace bóru v závlahové vodě vést ke značným škodám. Organizace spojených národů pro zemědělství a výživu (FAO) proto vypracovala směrnice pro limitní hodnoty bóru pro citlivé rostliny jako citrusové nebo jádrové plodiny ($0,5 \div 1 \text{ mg B.l}^{-1}$), polocitlivé rostliny jako pšenice nebo rajčata ($1 \div 2 \text{ mg B.l}^{-1}$) a snášenlivé rostliny jako ječmen a chřest ($2 \div 10 \text{ mg B.l}^{-1}$).

Příloha č. 4 Rady a nápady našich babiček na praní bez chemických prostředků

Levné a šetrné praní aneb Síla slizu

Jedná se o mýdlový prací prostředek, pro který se vžil název Jelení sliz, nebo zkrátka jenom Sliz. Mýdlo se nastrouhá a nasype do kbelíku s trochou horké vody a nechá se rozpustit. Přidá se soda - zhruba 1/4 balení, také se nechá rozpustit a celý kbelík se za stálého míchání dolije na 10 litrů horkou vodou. Může být i víc, pak je sliz řidší a dávkuje se o něco více. Druhý den je sliz hotov a může se prát.

Složení: kostka pracího mýdla (případně nastrouhané mýdlové vločky), prací soda. Dávkování: 250 - 500 ml podle stupně znečištění prádla. Většinou je to jeden plný kelímek na 6-ti kilovou pračku (tedy necelých 300 ml slizu). Některé recepty doporučují přidat ještě k hlavnímu praní trochu sody - podle tvrdosti vody. Celá várka slizu tedy stačí na 20 - 40 praček.

Náhrada za aviváž

Místo běžné aviváže se může použít ocet. Ten pomáhá odstranit zbytky pracího prášku, čistí pračku, desinfikuje. Někdo doporučuje ocet vinný nebo jablečný, použít lze i ten úplně obyčejný. Někomu by mohla vadit vůně octa v prádle, podle zkušenosti při schnutí prádla ocet vyvane. Do přihrádky na aviváž ho stačí dát jen trošku.

Efektu příjemně měkkého prádla lze dosáhnout i sušením prádla na sluníčku.

Zešednutí prádla

Může se stát, že po prvním vyprání prádlo zešedne. To je způsobeno tím, jak mýdlo reaguje se zbytky starého pracího prostředku. Při druhém a dalším praní se ale vše vrátí k normálu. Zešednutí lze předejít tak, že stačí prádlo předeprat v 80 ml jedlé sody.

Tipy a triky na odstraňování různých druhů skvrn

Obecně je nejjednodušší odstraňování skvrn čerstvých než těch zaschlých. Vždy je nutné dodržet doporučení výrobce daného kusu oděvu a neriskovat jeho případné nevratné poškození.

Skvrny obsahující bílkoviny (krev, kakao atd.)

Při jejich odstraňování se nemá nikdy používat horká voda, ta totiž mění strukturu bílkovin a skvrny by se již neodstranily nikdy. Doporučení je vyzkoušet nejprve studenou

vodu. Pokud použití vody nestačí, namočí se oděv či jeho znečištěná část do slané vody a nakonec se použije přírodní mýdlo.

Mastné skvrny (např. máslo)

Dá se celkem snadno odstranit horkou vodou a lehkým vymnutím přírodním mýdlem.

Skvrny od trávy, značkovačů a fixů

Většinou jsou velmi dobře odstranitelné čistým alkoholem.

Skvrny od kávy

Odstranění nejlépe ve vlažné vodě s mýdlovým roztokem.

Skvrny od kakaa

Kakaové skvrny patří mezi skvrny bílkovinné, odstraňují se proto pouze studenou vodou.

Žvýkačky

Žvýkačky se dají po ochlazení (nejlépe v chladničce či mrazáku) a ztvrdnutí velmi snadno odlámat a odstranit kartáčkem.

Skvrny od rzi

Tyto skvrny se dají bohužel jen velmi těžko odstranit úplně. Opakované pokapávání citrónovou šťávou pomůže skvrny částečně odstranit.

Skvrny od červeného vína

Skvrny okamžitě posypat kuchyňskou solí a vymáchat ve vodě. Sůl nasaje částečně červené víno do sebe.

Skvrny od špenátu

Na skvrny od špenátu se doporučuje použít syrovou bramboru, a tou skvrnu potírat. Nakonec vyprat v horké mýdlové vodě.

Plíseň

Plísňové skvrny se z oděvů odstraňují velmi špatně. Doporučuje se namočit nejprve do kyselého mléka a poté vyprat obvyklým způsobem.

Skvrny od čaje

Většinou se dají snadno odstranit pomocí horké vody a mýdla na odstraňování skvrn.

Inkoustové skvrny a skvrny od kuličkového pera

Tyto skvrny jsou odstranitelné potřením znečištěného místa směsí octa a alkoholu.

Vosk

Vosk nejprve seškrábat jak nejvíce je to možné. Poté vyžehlit přes sací papír či papírový ubrus.

Příloha č. 5 Kompletní přehled jednotlivých vlastností pracích prostředků

Z počtu znaků (☺) jednoznačně vyplývá, že Organic přírodní prací prostředek má z ekologického, technologického i ekonomického měřítka lepší vlastnosti a výsledky než běžné prací prostředky.

Tab. 5 Celkový přehled kritérií

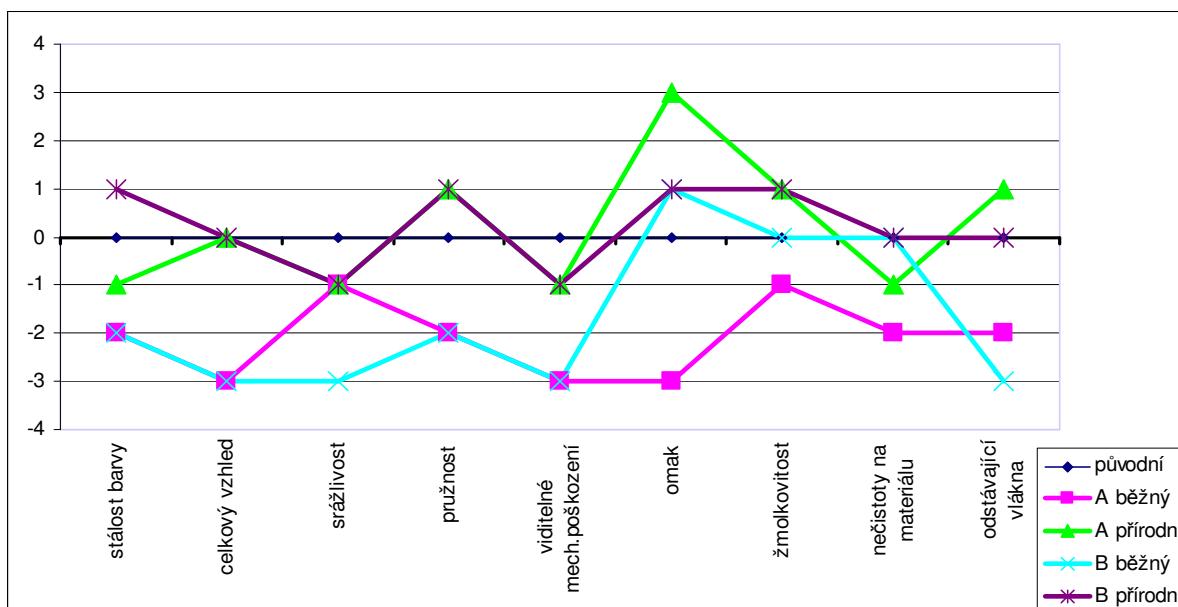
Vlastnost	Běžný	Organic
Nulový obsah chemikálií (chlór, fosfáty, syntetická barviva,...)		☺
Žádný obsah solí, OZP		☺
Agresivnější, ale účinnější praní	☺	
Rozložitelnost v přírodě		☺
Cena jedné minimální prací dávky:		☺
Počet pracích dávek při nejnižším doporučeném dávkování:		☺
Dostupnost nákupu pracího prostředku:	☺	
Průměrné náklady na jednu prací dávku:		☺
Úspora elektrické energie u silně znečištěného prádla:		☺
Úspora času cyklu praní u silně znečištěného prádla:		☺
Použití aviváže:		☺
Nejmenší zátěž pro životní prostředí, dobrá a rychlá odbouratelnost rozložitelnost komponentů prac. prostř.:		☺
Minimální nulová alergická reakce při použití pracího prostředku:		☺
Recyklace pevného obalového materiálu:	☺	☺
Nezatěžuje odpadní vody balastními látkami		☺

Příloha č. 6 Zkouška prací účinnosti pracích prostředků

Celková známka je výsledným průměrem všech 10 hodnocení vzorků.

Tab. 6 Oznámkování zkoušky prací účinnosti

	původní	A běžný	A přírodní	B běžný	B přírodní
stálost barvy	0	-2	-1	-2	1
celkový vzhled	0	-3	0	-3	0
srážlivost	0	-1	-1	-3	-1
pružnost	0	-2	1	-2	1
viditelné mech.poškození	0	-3	-1	-3	-1
omak	0	-3	3	1	1
odstávající vlákna (žmol.)	0	-1	1	0	1
nečistoty na materiálu	0	-2	-1	0	0
odstávající vlákna	0	-2	1	-3	0



Graf 3 Zkouška prací účinnosti převedená do grafu

Tab. 7 Stupnice hodnocení testovaného vzorku oproti původnímu

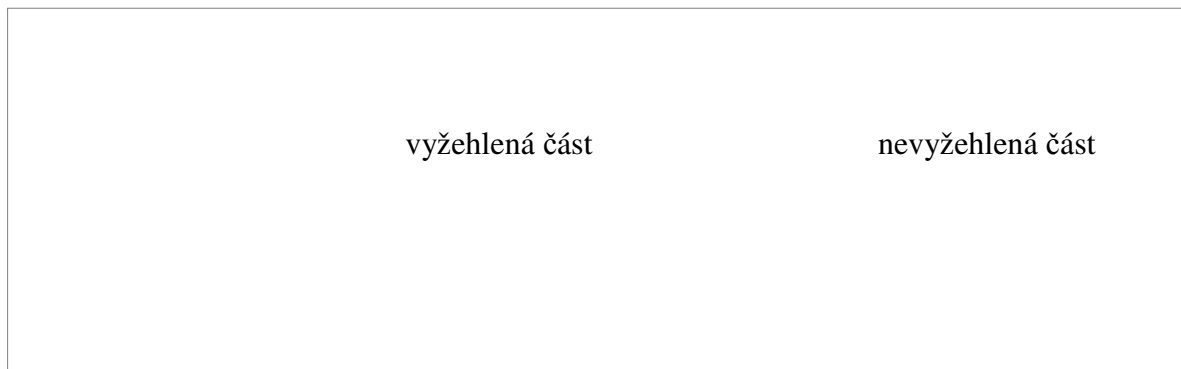
Stupnice	Hodnocení	Stupnice	Hodnocení
-3	Nepříjemný výsledek	1	Lepší než původní vzorek
-2	Velmi špatný výsledek	2	Velmi dobrý výsledek
-1	Špatný výsledek	3	Výborný výsledek
0	Neví; srovnatelný s původním		

Příloha č. 7 Vzorníky testovaných textilií A, B

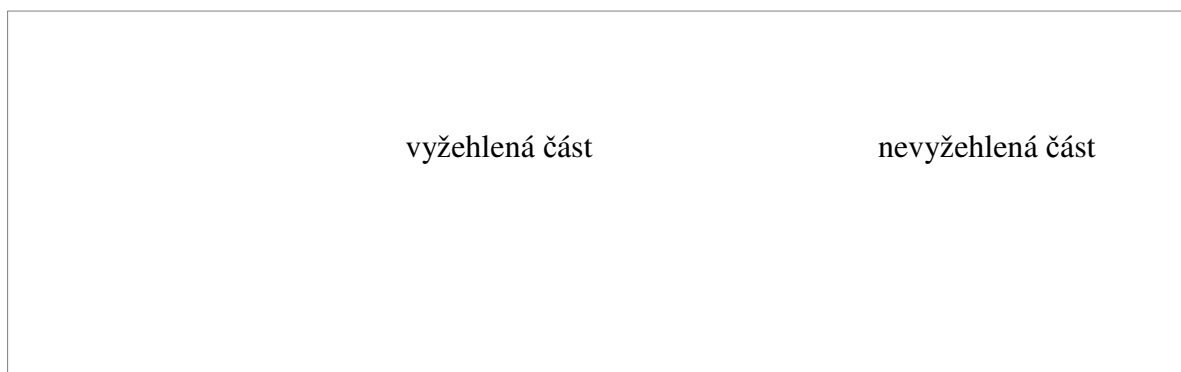
Vzorek testované textilie A

Konstrukce: tkanina, složení: 100% bavlna, barvivo: neuvedeno. Teplota zkoušky: 60°C, prací program: bavlněné oblečení, délka pracího programu je 2 hodiny a 15 minut. Počet otáček ždímání: 1200 otáček/minuta. Byly provedeny tři cykly praní.

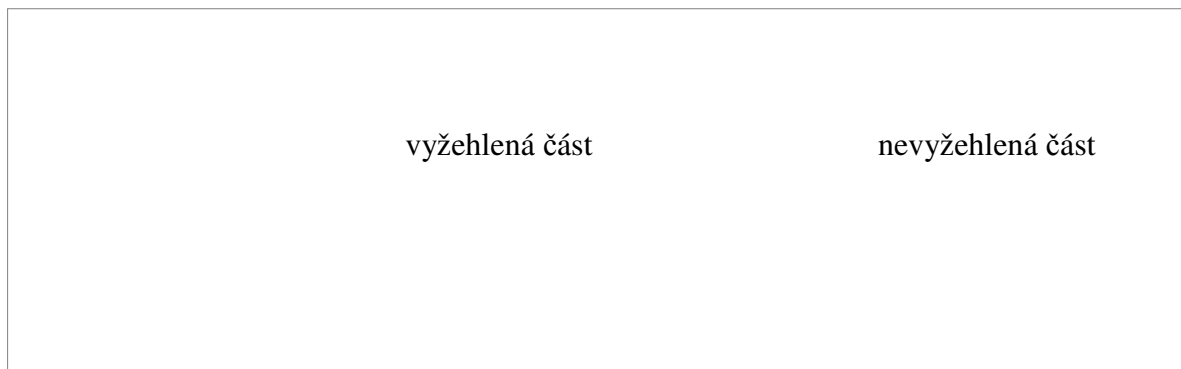
Vzorek A – původní



Vzorek A – praný v běžném pracím prostředku



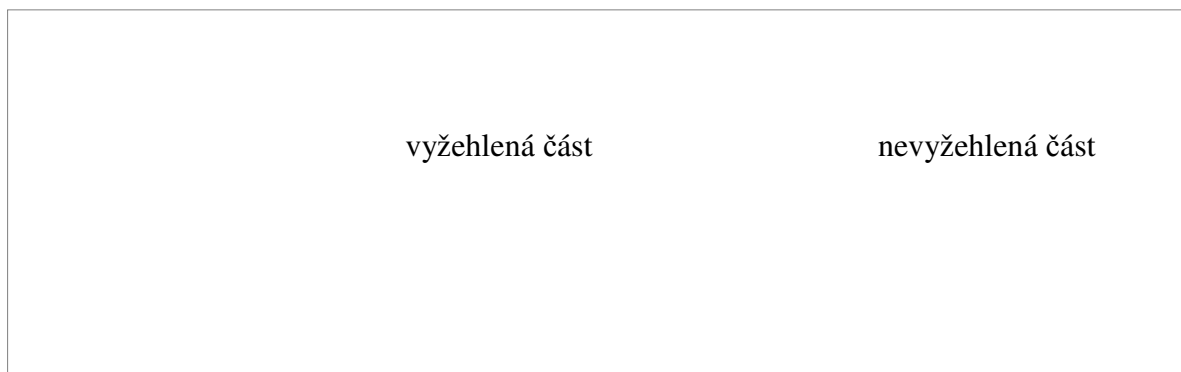
Vzorek A – praný v Organic přírodním pracím prostředku



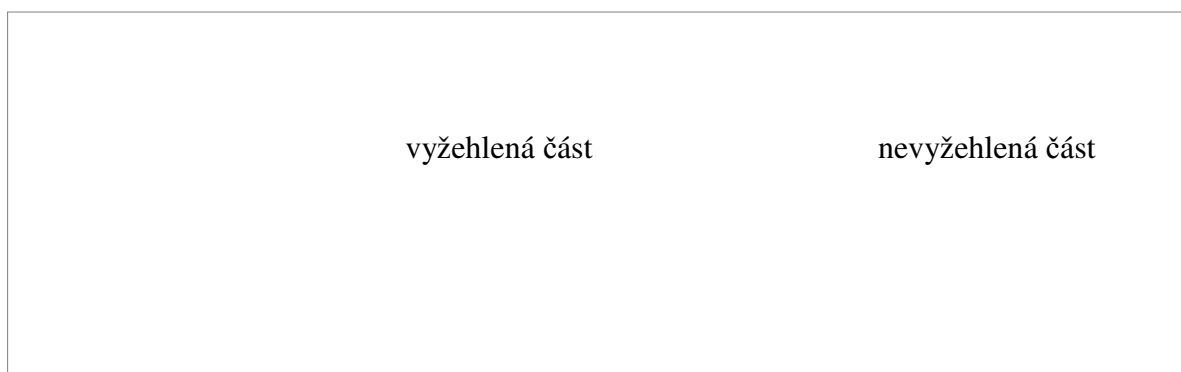
Vzorek testované textilie B

Konstrukce: tkanina, složení: 98% vlna, 2% polyamid, barvivo: nebarveno. Teplota zkoušky: 30°C, prací program: vlna, délka pracího programu je 1 hodina a 15 minut. Počet otáček ždímání: 400 otáček/minuta. Byly provedeny tři cykly praní.

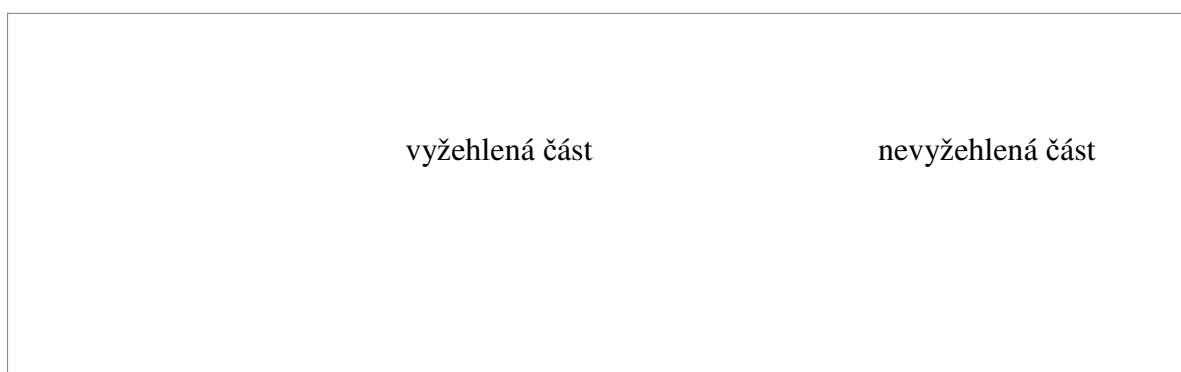
Vzorek B – původní



Vzorek B – praný v běžném pracím prostředku



Vzorek B – praný v Organic přírodním pracím prostředku



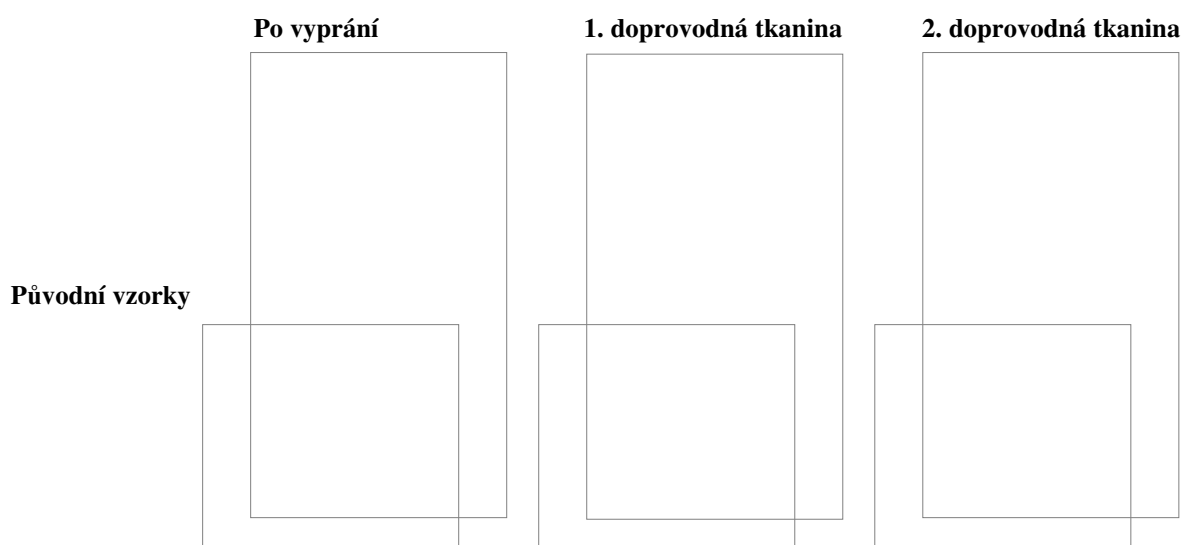
Vzorek zkoušky slálobarevnosti a zapuštění barvy

Zkouška stálobarevnosti v domácím a komerčním praní je upravena normou ČSN EN 20105 – C06 (80 0123). Zkouška nebyla provedena přesně podle daných norem, ale byla upravena dle potřeby této práce.

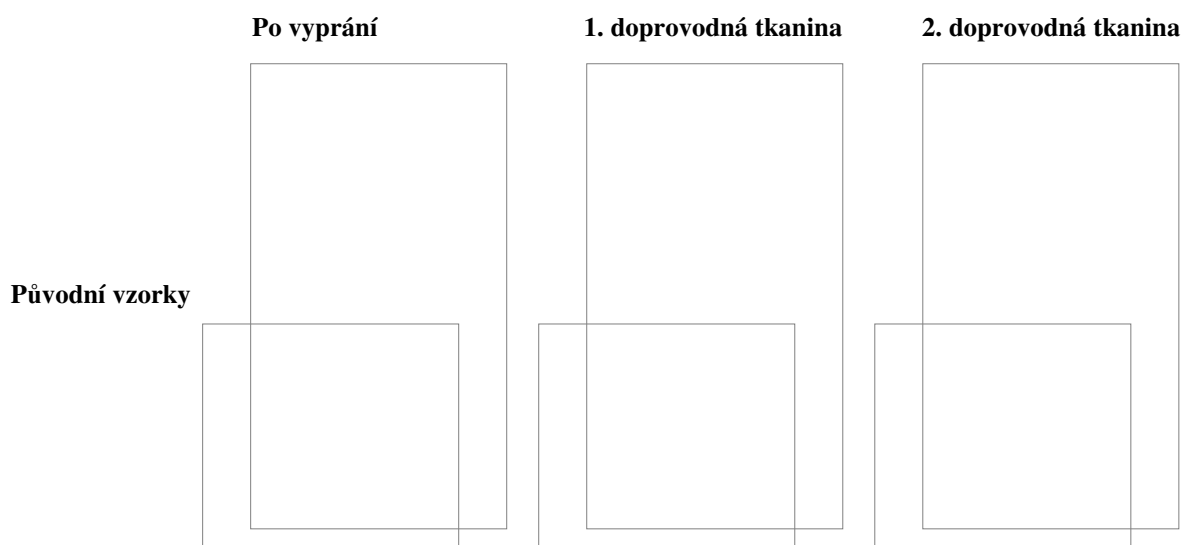
Vzorek testované textilie C

Konstrukce: tkanina, složení: 100% bavlna, barvivo: neuvedeno. Teplota zkoušky: 60°C, prací program: bavlněné oblečení, délka pracího programu je 2 hodiny a 15 minut. Počet otáček ždímání: 1200 otáček/minuta. Byl proveden jeden cyklus praní.

Vzorek C - praný v běžném pracím prostředku



Vzorek C - praný v Organic pracím prostředku



Příloha č. 8 Test ekologických pracích prostředků

Jak se testovala prací účinnost:

Prací účinnost je základní funkční vlastnost pracího prostředku. Zkušebnou byla zkoušena obvyklým způsobem zkušebny, který vychází z normy ISO. Pralo se bez předpírky v pračce ÖKO Lavamat 6554, plněné standardní náplní prádla (4 kg). Bavlněné zkušební vzorky byly uměle zašpiněny pigmentem a lanolinem, pigmentem a kožním tukem, lanolinem a kakaem, červeným vínem, pigmentem smíchaným s olejem a mlékem. Pro každý prací prostředek bylo dodrženo výrobcem doporučené dávkování. Pokud výrobce neuvedl teplotu prací lázně, praly se vzorky při teplotě 60 °C. Voda pocházela z vodovodního řadu (tvrdost mezi 9-11° německé tvrdosti = 1,6-2 mmol vápníku/l). Měřítkem účinnosti je vyprání pěti různých druhů zašpinění, určuje se množství odstraněného nebo naopak zbylého zašpinění na tkanině. Pro dosažení hodnověrných výsledků se každá zkouška opakuje 3 x, ze změřených hodnot se stanoví průměr. Z těchto výsledků se vypočítá celkový průměr, který naleznete v tabulce.

Zelená domácnost se zaměřila jen na „eko“ prášky z řady důvodů. Z finanční náročnosti se nepodařilo otestovat všechny „eko“ prací prostředky, které jsou u nás na trhu. Do testu se nedostal celý sortiment výrobků například firmy Ecover a Sodasan, Eurona a dalších, o kterých se v průběhu testu nevědělo.

Pro ilustraci, kvalitní prací prostředky mívají účinnosti praní vyšší než 75 %, účinnost praní v obyčejné vodě dosahuje hodnoty 50 %.

Zelená barva vyznačuje prací prostředky, které svou prací účinností patří mezi kvalitní prací prostředky, žlutá barva jsou průměrné prací prostředky, oranžová podprůměrné a červená značí výrobky velmi slabé.

Test biologické rozložitelnosti rozdělil prací prostředky do třech kvalitativních skupin: na prostředky snadno rozložitelné do 7 dnů (označeno tučně), snadno rozložitelné do 28 dnů (normální písmo) a na rozložitelné (označeno kurzívou). Kvůli tomu, že výsledky biologické rozložitelnosti jsou zatíženy poměrně velkou chybou, vyšli jsme při určení konečného pořadí z prací účinnosti, která je více průkazná.

Tab. 8 Výsledky testu prací účinnosti a biologické rozložitelnosti [11]

Výsledky testu prací účinnosti a biologické rozložitelnosti						
Pořadí	Název prostředku	Výrobce	EŠV	Skupenství	Prací účinnost (remise)	Rozložitelnost
1.	Frosch - tekutý prací prostředek univerzální	Frosch		tekutý	79 %	Snadno rozložitelné do 28 dnů
1.	Qalt Excel Koncentrát - univerzální prací prostředek	Qalt Rakovník	EŠV	sypký	79 %	Snadno rozložitelné do 28 dnů
2.	Frosch - tekutý prací prostředek na jemné a barevné prádlo	Frosch		tekutý	77 %	Snadno rozložitelné do 7 dnů
3.	SA 8 TM COLOR Prací prášek na barevné prádlo	Amway		sypký	76 %	Snadno rozložitelné do 28 dnů
3.	SA 8 TM Premium + BIOQUEST prací prášek	Amway		sypký	76 %	Snadno rozložitelné do 28 dnů
4.	ECOVER koncentrovaný tekutý prostředek na praní	Ecover Belgium		tekutý	71 %	Snadno rozložitelné do 7 dnů
5.	DonGemini - prášek na praní	DonGemini		sypký	71 %	Rozložitelné
6.	ECOVER prací prášek na barevné prádlo	Ecover Belgium		sypký	68 %	Snadno rozložitelné do 7 dnů
7.	DonGemini - tekutý prostředek na praní	DonGemini		tekutý	63 %	Snadno rozložitelné do 7 dnů
8.	DonGemini - tekutý prostředek s lanolinem na praní vlny	DonGemini		tekutý	62 %	Snadno rozložitelné do 7 dnů
9.	Sodasan BIO color – tekutý prací prostředek	SODASAN		tekutý	60 %	Snadno rozložitelné do 7 dnů
10.	Permon	Missiva	EŠV	tekutý/sypký	59 %	Snadno rozložitelné do 7 dnů
11.	Sodasan na vlnu a choulostivé prádlo	SODASAN		tekutý	56 %	Snadno rozložitelné do 28 dnů
12.	Sodasan EKO kompakt	SODASAN		sypký	55 %	Snadno rozložitelné do 7 dnů
13.	SA 8 TM DELICATE	Amway		tekutý	53 %	Snadno rozložitelné do 28 dnů

Příloha č. 9 Představení společnosti

Obchodní firma: TANEX Vladislav, a. s.
Sídlo: Vladislav 70, okres Třebíč, PSČ 675 01
Identifikační číslo: 255 70 803

Předmět podnikání:

- obchodní činnost - koupě zboží za účelem jeho dalšího prodeje a prodej vyjma činností uvedených v § 3 a v příloze 1-3 živnostenského zákona
- výroba polygrafických lepidel a želatiny
- výroba klišu, technických tuků a mazadel a hydrolyzátu
- silniční motorová doprava nákladní - nákladní vnitrostátní provozovaná vozidly bez omezení celkové hmotnosti
- výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona

Podle dochovaných záznamů se datuje vznik firmy od roku 1826. O něco později se převažující a hlavní náplní stala výroba kostního klišu a od roku 1913 i klišu kožního. Jedná se tedy o dlouholetou tradici a zkušenost při výrobě živočišného klišu.

V počátcích se ve fabrice začínalo s výrobou čokolády, tato idea velmi rychle skončila, a to hlavně z důvodu rozkrádání výrobků zaměstnanci. Poté se přešlo k výrobě klišů. První výroba mýdla se datuje do období 2. světové války. Další záznamy pocházejí z 50. – 60. let 20. století, kdy tato výroba sloužila hlavně pro potřeby fabriky. Podle staré receptury se mýdlo odlévalo do velkých kvádrů, které se dále rozřezávaly na menší kousky. Poté se mýdlo strouhalo a používalo na praní.

V roce 2004 se firma vrací k tradici výroby mýdel, kdy se stará receptura oprášila a zmodernizovala pro dnešní dobu – výrobu tekutých mýdel a pracích gelů. Také v rámci filozofie firmy – preferovat šetrnost k životnímu prostředí a maximální odbouratelnost těchto výrobků přichází fabrika v roce 2008 s novou řadou Organic přírodní prostředky. Všechny tyto výrobky jsou vyrobeny přírodně, jsou bezfosfátové, v přírodě se velmi snadno, rychle a zcela rozkládají. Nikterak nezatěžují životní prostředí.

Mimo tyto vlastnosti jsou výrobky vhodné i pro lidi trpící atopickým ekzémem, lupénkou, ichtyózou, stařeckou suchostí kůže aj. a to hlavně z důvodu toho, že výrobky pokožku nevysouší, nikterak nedráždí a tudíž mají i podpůrný účinek při léčbě těchto onemocnění.

Od roku 2009 navazuje firma spolupráci s Vysokou školou textilní v Liberci a na základě této spolupráce se v průběhu roku 2010 začínají psát bakalářské a diplomové práce na ekologické praní v Organic přírodních prostředcích. Tyto práce jsou tedy zaměřené na domácí praní, průmyslové praní, ale také na marketing, a to především jak v dnešní době dostat český výrobek na trh a jaký je zájem lidí o ekologii.

V nejbližší době společnost přichází na trh s novými výrobky pro děti, a to Organic přírodní dětské mýdlo, Organic přírodní dětský šampon a Organic přírodní dětská koupel. Do budoucna plánuje firma rozšíření řady výrobků (mycí prostředky na nádobí, prací gel na outdoorové oblečení, prací gel na vlnu, šampony pro dospělé).

Příloha č. 10 Představení výrobku Organic přírodní prací prostředek

Vlastnosti Organic přírodní prací prostředek:

- Použitelný pro praní všech druhů textilií, vhodný pro barevné i bílé prádlo.
- Má vysokou prací, dezinfekční, baktericidní a fungicidní účinnost v celém rozsahu teplot od 30°C do 90°C.
- Zajišťuje antistatické vlastnosti vypraných textilií.
- Vhodný pro praní prádla pro děti mladší 3 let.
- Ze své přírodní podstaty je antibakteriální a protialergický. Prádlo v něm vyprané je proto také vhodné pro alergiky, pro kůži zasaženou ekzémy (akné, růžovka, periorální dermatitida, ...).
- Zvyšuje savost textilií.
- Je šetrný vůči barvám textilií.

Doporučen k praní textilních výrobků označených symbolem ORGANIC v celosvětovém systému Global Organic Textile Standard (GOTS).

U textilií vyrobených z přírodních vláken trvalé praní v Organic přírodním pracím prostředku zajišťuje dlouhodobé udržení jejich přirozených přírodních vlastností. Zjednodušeně řečeno – vlákna se nezanášejí neodepranými nerozpustnými částicemi, nedochází k inkrustaci, ztvrdnutí povrchu, prasknutí, vzniku dírek a později děr. Nezvyšuje se hmotnost tkanin, a tím spotřeba vody a pracích prášků při praní. Organic přírodní prací prostředek je šetrný vůči barvám textilií.

Organic přírodním pracím prostředkem se vždy pere bez přeprání, a to i při silně znečištěném prádle.

Prádlo vyprané v Organic přírodním pracím prostředku je hebké a příjemné na omak i bez přídavku aviváže. Avivážní působení je součástí vlastností přírodního mýdla.

Organic přírodní prací prostředek je testován akreditovanou laboratoří na baktericidní (ČSN EN 13727, ČSN EN 1276) a fungicidní (ČSN EN 13624, ČSN EN 1650) účinnost při 60°C a 90°C a při obou teplotách tyto normy splňuje. Prádlo v něm vyprané neobsahuje bakterie, plísňe a houby. Rovněž narůstání bakterií na používaném prádle je delší oproti chemickým pracím prostředkům. U textilních výrobků vyžadujících častou obměnu, např. ponožky, spodní prádlo, ručníky, osušky, utěrky, trička, košile apod. soustavné praní v Organic přírodním pracím prostředku na 60°C – 90°C omezuje tvorbu bakterií a plísní v průběhu používání.

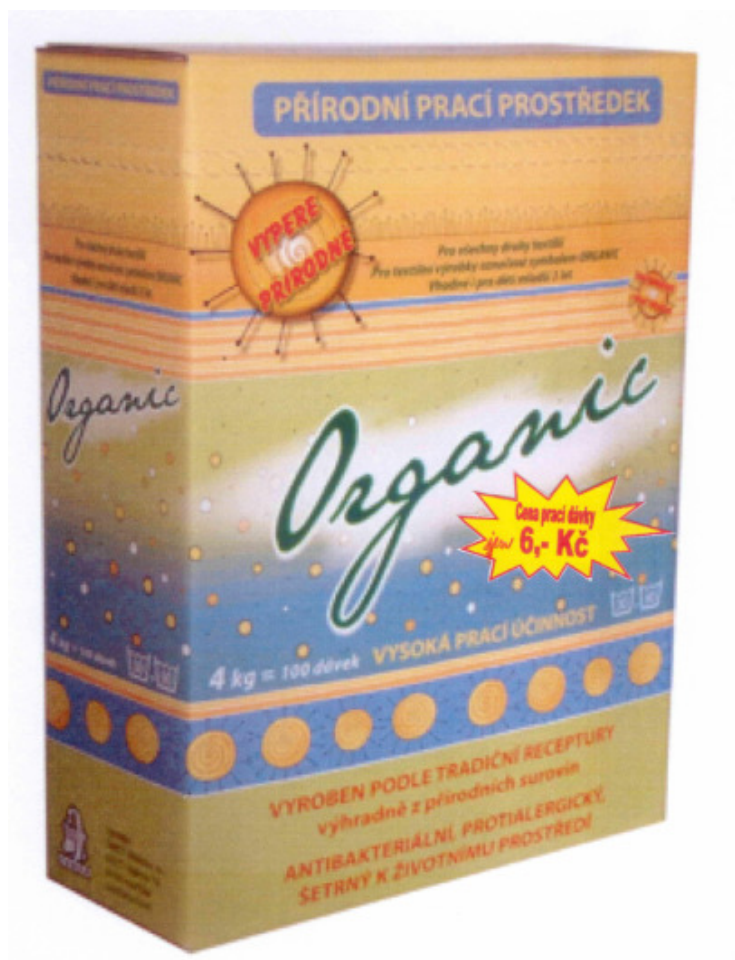
Minimální počet pracích dávek v jednom balení: výrobci pracích prostředků udávají počet dávek při minimálním dávkování pro málo znečištěné prádlo, většinou je to 100 g pracího prášku. Minimální dávka Organic přírodního pracího prostředku je 30 g Organic přírodní prací prostředek plus 10 g Antiflock, tj. 40 g při praní na 60°C - 90°C málo až středně znečištěného prádla.

Z balení 4 kg Organic přírodního pracího prostředku se vypere 100 dávek, z balení 800 g 20 dávek za výše uvedených podmínek. Dávkování: balení Organic přírodního pracího prostředku 800 g a 4 kg je dvousložkové – Organic + Antiflock. Dávkuje se polévkovou lžící. Jedna polévková lžice = 10 g Organic přírodního pracího prostředku. Do každého praní se přidává bez ohledu na prací teplotu 10g přírodní látky Antiflock (1 polévková lžice) . Pro měkkou a středně tvrdou vodu nebo 20 g (2 polévkové lžice) pro tvrdou vodu.

Doporučený prací cyklus:

- 30°C – 40°C bez přeprání, 1 hod. až 1 hod. 30 min., s mácháním a odstředěním.
- 60 °C bez přeprání, 1 hod. 45 minut, s mácháním a odstředěním.
- 90 °C bez přeprání, 2 hod, s mácháním a odstředěním.
- Míra odstředění v závislosti na druhu materiálu textilie.

Příloha č. 11 Návrh obalu s označením ceny 1 prací dávky



Obr. 14 Obal pracího prostředku Organic s označením ceny 1 prací dávky

Příloha č. 12 SWOT analýza

Tab. 9 SWOT analýza společnosti TANEX Vladislav, a.s.

SILNÉ STRÁNKY	SLABÉ STRÁNKY
<ul style="list-style-type: none"> - Originální český výrobek, - první a zatím jediný český výrobce přírodních prostředků, - produkty šetrné k přírodě, - kvalitní výrobky, - testování akreditovanou laboratoří, - produkty ze své přírodní podstaty jsou antibakteriální a protialergické, minimální alergická reakce, - žádná konkurence mezi distributory - spolehlivost dodavatelů, - finanční stabilita, - vysoká kvalifikace zaměstnanců, - stále rostoucí tržní potenciál, - tradice používané technologie. 	<ul style="list-style-type: none"> - Účinná reklama, - pokud neznáme značku Organic, horší internetové vyhledávání výrobků, - dostupnost nákupu výrobků (specializované kamenné obchody, internet, osobní prodej,...), - vůně vypraného prádla (prádlo po vyprání nemá žádný pach, vůni, - firma působí pouze v části ČR, - znalost značky pouze v části ČR, - omezený počet dodavatelů.
PŘÍLEŽITOSTI	HROZBY
<ul style="list-style-type: none"> - Možné oživení ekonomiky a tak i zvýšené nároky na kvalitu výrobků, - měnící se životní styl – ochrana životního prostředí, - expanze na slovenský trh, - další rozšíření produktového portfolia, - nové technologie. 	<ul style="list-style-type: none"> - Velká a silná konkurence, - náhrada produktů za běžné, chemické výrobky, - růst cen nákladů (energie,...), - stagnace trhu s přírodními produkty, levné náhražky, - finanční krize.

Příloha č. 13 Vhodné vlastnosti přírodních pracích prostředků Organic:

- První a zatím jediný český výrobek, vyráběný podle obnovené a vylepšené tradiční receptury výhradně z přírodních surovin.
- Použitelný pro praní všech druhů textilií, vhodný pro barevné i bílé prádlo.
- Má vysokou prací, dezinfekční, baktericidní a fungicidní účinnost v celém rozsahu teplot od 30°C do 90°C.
- Zajišťuje antistatické vlastnosti vypraných textilií.
- Vhodný pro praní prádla pro děti mladší 3 let.
- Ze své přírodní podstaty je antibakteriální a protialergický. Prádlo v něm vyprané je proto také vhodné pro alergiky, pro kůži zasaženou ekzémy (akné, růžovka, periorální dermatitida, ...) .
- Zvyšuje savost textilií.
- Je šetrný vůči barvám textilií.
- Nejmenší zátěž pro životní prostředí, dobrá rozložitelnost komponentů pracího prostředku.
- (alkalické sole nasycených a nenasycených mastných kyselin, přírodní glycerin je v přírodě rychle odbouratelný, snadno se rozkládá).
- Minimální alergická reakce při použití pracího prostředku.
- U textilií vyrobených z přírodních vláken trvalé praní v Organic přírodním pracím prostředku zajišťuje dlouhodobé udržení jejich přirozených přírodních vlastností (vlákna se nezanášejí neodepranými nerozpustnými částicemi, nedochází k inkrustaci, ztvrdnutí povrchu, prasknutí, vniku dírek a později děr, nezvyšuje se hmotnost tkanin, a tím spotřeba vody a pracích prášků při praní).
- Je šetrný vůči barvám textilií.
- Cena jedné minimální prací dávky je jen do 6 Kč (bez nutnosti potřeby dalších prostředků jako např. na skvrny či aviváž).
- Vyšší počet pracích dávek v 1 balení oproti běžným pracím prostředkům o stejné hmotnosti (úspora nákladů na obalový materiál, účinné prací složky ve vysoké koncentraci).
- Úspora elektrické energie u silně znečištěného prádla (oproti běžným pracím prostředkům vždy pere bez přeprání, a to i při silně znečištěném prádle).

- Úspora času každého cyklu praní u silně znečištěného prádla (nemusí se oproti běžným pracím prostředkům použít předeprání).
- Žádné další náklady na prací dávku (prádlo vyprané v Organic přírodním pracím prostředku je hebké a příjemné na omak i bez přídavku aviváže, avivážní působení je součástí vlastností přírodního mýdla).
- Prostředek je testován akreditovanou laboratoří na baktericidní (ČSN EN 13727, ČSN EN 1276) a fungicidní (ČSN EN 13624, ČSN EN 1650) účinnost při 60°C a 90°C a při obou teplotách tyto normy splňuje. Prádlo v něm vyprané neobsahuje bakterie, plísňe a houby. Rovněž narůstání bakterií na používaném prádle je delší oproti chemickým pracím prostředkům. U textilních výrobků vyžadujících častou obměnu, např. ponožky, spodní prádlo, ručníky, osušky, utěrky, trička, košile apod. soustavné praní v Organic přírodním pracím prostředku na 60°C – 90°C omezuje tvorbu bakterií a plísní v průběhu používání.

Příloha č. 14 Návrh letáku o velikosti A5



**PRVNÍ ČESKÝ VÝROBEK VYRÁBĚNÝ
PODLE OBNOVENÉ A VYLEPŠENÉ
TRADIČNÍ RECEPTURY
VYHRADNĚ Z PŘÍRODNÍCH SUROVIN.**



Jeho hlavní složkou je přírodní mýdlo. **Organic** je v přírodě rychle odbouratelný, snadno se rozkládá.

Antiflock – druhá složka **Organic** přírodního pracího prostředku je přírodního původu a jeho přítomnost je nezbytná proto, aby mýdlo vypralo nečistoty - změkčuje vodu.

- Použitelný pro praní všech druhů textilií, vhodný pro barevné i bílé prádlo.
- Má vysokou účinnost v celém rozsahu teplot od 30°C do 90°C.
- Zajišťuje antibakteriální vlastnosti vypraných textilií.
- Vhodný pro praní prádla pro děti mladší 13 let.
- Ze své přírodní podstaty je antibakteriální a protialergický. Prádlo v něm vyprané je proto také vhodné pro alergiky, pro děti zasažené ekzémy (akné, růžovka, periorální dermatitida, ...)
- Zvyšuje savost textilií

U textilií vyrobených z přírodních vláken trvale prací v **Organic** přírodním pracím prostředku zajišťuje dlouhodobě udržení jejich přirozených vlastností. Zjednodušuje tedy – vlákna se nezašlejší, neodeprávají, nerozpustnými částicemi, nedochází k lakrystaci, zvrhnutí povrchu, praskání, vlnění, drhnutí a později děr. Nezvyšuje se tímto potřeba vody a pracího prostředku při praní.

Organic přírodní prací prostředek je šetrný vůči barvám textilií.

Organic přírodním pracím prostředkem se vždy pere bez přepražení, a to i při silně znečištěném prádle.

Prádlo vyprané v **Organic** přírodním pracím prostředku je hebké a příjemné na omak i bez přidání aviváže. Avivážní působení je součástí vlastností přírodního mýdla.





Organic přírodní prací prostředek je testován akreditovanou laboratorní na bakteriální (ČSN EN 13727, ČSN EN 1276) a fungální (ČSN EN 13624, ČSN EN 1650) účinnost při 60°C a 90°C a při obou teplotách tyto normy plní.

Prádlo v něm vyprané neobsahuje bakterie, plísň a houby. Rovněž vylučují bakterie na používaném prádle je delší oproti chemickým pracím prostředkům.

U textilních výrobků vyžadujících často obměnu, např. polokříd, spodní prádlo, ručníky, osušky, utěrky, trička, košile apod. soustavě praní v **Organic** přírodním pracím prostředku na 60°C – 90°C omezuje tvorbu bakterií a plísní v průběhu používání.

objednávejte

Obr. 15 Návrh letáku – přední strana

Obr. 16 Návrh letáku – zadní strana

Příloha č. 15 Návrh marketingové strategie

Návrh rozpracování marketingové strategie a marketingového mixu je rozdělen do konkrétních aktivit a úkolů. Plánovaný rozpočet, začátek a konec nejsou definovány proto, že se jedná o návrh pro společnost.

Nástroj - tabulka aktivit :

Tab. 10 Návrh rozpracování marketingové strategie

Aktivita	Cíl aktivity	Zod. osoba	Začátek	Konec	Plán. rozpočet
Na balení pracího prostředku zvýraznit cena za 1 praní	Zaujmout zákazníka informací o ceně 1 praní (samolepky)				10.000 Kč
Zvýšit tržní podíl	Alespoň o x%				
Odlišit se od konkurence, image	Díky tradici a technologii				
Postavení v oblasti přírodních prostředků	Získat vedoucí postavení				
Samolepky	Samolepky tam, kde se produkt prodává				5.000 Kč
Kontakty od Prosam, s.r.o.	Získání kontaktů či možnost distribuce vzorků				50.000 Kč
Oslovení nových odběratelů					mzda+náklady 20.000/měsíc
Inzerce a články v časopisech	Info o produktech				100.000 Kč
Letáky u lékařů	Možnost prodeje				leták+distribuce 30.000 Kč
Bannery	Webová prezentace				5.000 Kč
Motto					
Webová stránka – co nejvíce infa	Dobré vyhledávání produktu na internetu				
Zaměstnanec pro osobní prodej	Výběr nového zaměstnance				400.000 Kč každý rok
Public relations	Zvýšení informovanosti o produktech				30.000 Kč
Ekoznačky	Pro vstup na evropský trh				

Legenda ke sloupcům tabulky :

Aktivita - název aktivity

Cíl aktivity - čeho má být dosaženo, cíl by měl být dobře měřitelný a hodnotitelný

Zodpovědná osoba - kdo nese za přípravu a realizaci aktivity zodpovědnost

Začátek, konec - kdy aktivita proběhne (od, do)

Plánovaný rozpočet - náklady na přípravu a realizaci aktivity

Příloha č. 16 Obchodní rozvaha

OBCHODNÍ ROZVAHA

Cíl společnosti:

- Zvýšit prodej produktu – ORGANIC přírodního pracího prostředku společnosti TANEX Vladislav, a. s. a zpřístupnit jej zákazníkům v co největším počtu obchodních míst.
- Přesvědčit zákazníka o nákupu přírodních prostředků, propagace hlavních výhod na základě podpory prodeje.
- Vytvořit příznivý image produktu značky Organic přírodní prostředek – vytvořit obraz dobrého výrobce u zákazníků.

Šetrnost k životnímu prostředí je na prvním místě společnosti :

V roce 2004 se firma vrací k tradici výroby mýdel, kdy se stará receptura oprášila a zmodernizovala pro dnešní dobu – výrobu tekutých mýdel a pracích gelů. Také v rámci filozofie firmy – šetrnost k životnímu prostředí a maximální odbouratelnost těchto výrobků přichází fabrika v roce 2008 s novou řadou Organic přírodní prostředky.

Stručný popis regionu:

Město Turnov, počet obyvatel cca 15.000

průměrný věk: 42 let, průměrný plat: 24.800 Kč, nezaměstnanost: cca 7%

Průzkum poptávky obyvatel:

Na základě osobního dotazování ve městě Turnov jsme dotazníkovým šetřením zjistili, že 80% dotazovaných se při výběru pracích prostředků zaměřuje hlavně na cenu zboží – to je pro turnovské spotřebitele nejdůležitější. Cenu zboží přepočítávají dle objemu balení. Již ji ale nerozpočítávají na jednotlivé dávky (doporučené dávkování dané výrobcem).

Co se týče ekologicky šetrných výrobků, jen 5% respondentů sleduje odbouratelnost a rozklad těchto prostředků v přírodě.

Při otázce na vlastnosti výrobků řady Organic (vhodnost pro děti do 3 let, lidi s atopickým ekzémem, lupénkou, ichtyózou, stařeckou suchostí kůže) projevilo zájem o tento produkt 60% respondentů, zejména žen – matek a těhotných.

Dále jsme se dotazovali na to, kde respondenti nejvíce nakupují přírodní produkty – pozitivním zjištěním je, že jen 5% zákazníků využívá možnosti přes internetové obchody. Většina dotazovaných upřednostňuje ekologické zboží nakoupit na základě doporučení či zkušeností v kamenné prodejně či přes zprostředkovatele.

Z výsledku průzkumu se společnost TANEX zaměří zejména na oslovení žen – matek, těhotných žen. Dále pak na seniory, kteří mají problémy s pokožkou.

Stávající trh s přírodními pracími prostředky:

Cílem společnosti TANEX Vladislav a. s. je dodávat produkty do maloobchodních prodejen ve městě Turnov a zajistit prodej prostřednictvím zprostředkovatelů prodeje. V tomto městě není zatím uzavřena žádná smlouva o dodávce zboží a nepůsobí zde zprostředkovatel nabízející produkty.

Mezi možné prodejce zboží byly vytipovány tyto prodejny:

- 4 lékárny (v nemocnici, Pod radnicí, V Hluboké ul., v ul. Nádražní)
- 4 obchody s dětským oblečením (Chicco, Motýlek, Sekáček mezi mosty, Bazárek u Starého kina)
- 2 prodejny se zdravou výživou (Zdravíčko v Hluboké ulici, Zelená lékárna v Palachově ulici)

Jako možní zprostředkovatelé byly vytipováni:

- 7 dětských lékařů (MUDr. Letáková, MUDr. Čepková, MUDr. Hylmarová, MUDr. Kytičková, MUDr. Černý, MUDr. Brunclík, MUDr. Chytrá)
- 2x kožní ordinace (MUDr. Korda, MUDr. Baštová)
- 1 zákazník, který je s výrobky Organic spokojen
- 3 gynekologické ambulance (v nemocnici, 2 lékaři v soukromé praxi)

Sortiment firmy TANEX Vladislav a. s.

Sortiment společnosti představuje především výrobu a obchod s produkty, které jsou vyráběny výhradně z přírodních materiálů. Produkují celou škálu přírodních produktů, jak pro použití v průmyslu, tak pro každodenní potřebu.

ORGANIC je řada přírodních produktů pro osobní hygienu - mýdla, sprchové gely a prací prostředky a gely. Jsou vyrobeny z čistě přírodních materiálů, jsou šetrné k životnímu prostředí a obsahují kůži prospěšné látky. Řada produktů ORGANIC se postupně rozrůstá o další výrobky, jako jsou čistící prostředky a další.

V současné době společnost přichází na trh s novými výrobky pro děti, a to Organic přírodní dětské mýdlo, Organic přírodní dětský šampon a Organic přírodní dětská koupel. Do budoucna plánuje firma rozšíření řady výrobků (mycí prostředky na nádobí, prací gel na outdoorové oblečení, prací gel na vlnu, šampony pro dospělé).

Konkurenční výrobky na trhu:

Do několika vybraných prodejen (Tesco, Zdravíčko, 4 lékárny) dodává několik výrobců své přírodní prací prostředky a to hlavně prací prostředky zn. Frosch, Qalt Excel, Ecover, Sodasan Bio a Missiva – Permon.

Nesmíme opomenout možné další prodeje přírodních pracích výrobků, a to prostřednictvím zprostředkovatelů. Takto se prodávají produkty např. značky Amway SA 8TM, Dedra. Počet těchto zprostředkovatelů prodeje nelze stanovit.

Všechny výše jmenované ekologické produkty má společnost dobře zmapované a zná jejich strategii.

Reakce konkurence

Jelikož Organic je první originální český výrobek, vyráběný podle obnovené a vylepšené tradiční receptury výhradně z přírodních surovin – je toto hlavní krédo společnosti. V poslední době je zaznamenáván zájem spotřebitel nakupovat především to zboží, které je vyráběno v České republice. Tím lze účinně konkurovat dalším podobným výrobkům.

Pomocí SWOT analýzy jsou spojeny jednotlivé výsledky cíle společnosti TANEX. Účelem tohoto sjednocení zjištěných informací je nalézt příležitosti, hrozby, silné a slabé stránky společnosti a být tak o krok napřed před konkurencí.

Příloha č. 17 Produktový list

PRODUKTOVÝ LIST

Název produktu:

ORGANIC přírodní prací prostředek
Originální český výrobek, vyráběný podle obnovené a vylepšené tradiční receptury výhradně z přírodních surovin.

Velikost balení:

balení 800 g, 4 kg, tester na 1 prací dávku

Složení:

- Přírodní mýdlo - jsou alkalické sole nasycených a nenasycených mastných kyselin, přírodní glycerin a voda.
- Antiflock – druhá složka Organic přírodního pracího prostředku je přírodního původu a jeho přítomnost je nezbytná pro to, aby mýdlo vypralo nečistoty - změkčuje vodu.

ekologická nezávadnost

Organic je v přírodě rychle odbouratelný, snadno se rozkládá. Vypouštění odpadní prací vody proto nezatěžují životní prostředí - nejsou vypouštěny další nerozpustné látky. Žádné jiné látky v pracím prostředku nejsou. Organic přírodní prací prostředek obsahuje pouze účinné prací složky ve vysoké koncentraci.

Akreditace:

Testován akreditovanou laboratoří na baktericidní (ČSN EN 13727, ČSN EN 1276) a fungicidní (ČSN EN 13624, ČSN EN 1650).

Organic je určen:

- Pro každého - ze své přírodní podstaty je antibakteriální a protialergický.
- Doporučován i pro praní prádla pro děti mladší 3 let.
- Vhodný je i pro alergiky, pro kůži infikovanou ekzémy (akné, růžovka, periorální dermatitida,...) a jinými povrchovými kožními infekcemi.

Organic a textilie:

- Vhodný pro praní všech druhů textilií, barevné i bílé prádlo.
- Má vysokou prací, dezinfekční, baktericidní a fungicidní účinnost v celém rozsahu teplot od 30°C do 90°C.
- U textilií z přírodních vláken, trvalé praní v Organic zajišťuje dlouhodobé udržení jejich přirozených přírodních vlastností - vlákna se nezanášejí neodepranými nerozpustnými částicemi, nedochází k inkrustaci, ztvrdnutí povrchu, prasknutí, vzniku dírek a později děr. Nezvyšuje se hmotnost tkanin, a tím spotřeba vody a pracích prášků při praní.
- Doporučuje se k praní textilních výrobků označených symbolem "ORGANIC", "BIO", "EKO", "NATUR" apod.
- Zvyšuje savost textilií.
- Je šetrný vůči barvám textilií.



Garance kvality:

Doporučen k praní textilních výrobků označených symbolem „ORGANIC“ v celosvětovém systému Global Organic Textile Standard (GOTS).

Antibakterialita (doba narůstání bakterií na textiliích):

Rovněž narůstání bakterií na používaném prádle je delší oproti chemickým pracím prostředkům.

U textilních výrobků vyžadujících častou obměnu, např. ponožky, spodní prádlo, ručníky, osušky, utěrky, trička, košile apod. soustavné praní na 60°C – 90°C omezuje tvorbu bakterií a plísní v průběhu používání.

Dávkování:

- Každé balení je dvousložkové – Organic + Antiflock.
- Dávkuje se polévkovou lžící.
- Z balení 4 kg Organic přírodního pracího prostředku se vypere 100 dávek, z balení 800 g 20 dávek za výše uvedených podmínek.

Doporučený prací cyklus:

30°C – 40°C bez předepírání, 1 hod. až 1 hod. 30 min., s mácháním a odstředěním.

60 °C bez předepírání, 1 hod. 45 minut, s mácháním a odstředěním.

90 °C bez předepírání, 2 hod, s mácháním a odstředěním.

Porovnání dávkování Organic s běžným pracím prostředkem:

Doporučené dávkování dané výrobcem (v gramech/1 prací dávku)

Prací teplota		30 °C			40 °C			60 °C			90 °C		
Voda		Měkká	Střední	Tvrdá	Měkká	Střední	Tvrdá	Měkká	Střední	Tvrdá	Měkká	Střední	Tvrdá
Málo zneč.	Prac. pros.	100	100	125	100	100	125	100	100	125	100	100	125
	Organic	60	70	90	60	70	90	40	50	70	40	50	70
Středně zneč.	Prac. pros.	150	150	175	150	150	175	150	150	175	150	150	175
	Organic	60	70	90	60	70	90	40	50	70	40	50	70
Silně zneč.	Prac. pros.	200	200	250	200	200	250	200	200	250	200	200	250
	Organic	70	80	100	70	80	100	50	60	80	50	60	80

Cena jedné minimální prací dávky v Kč

Prací teplota		30 °C			40 °C			60 °C			90 °C		
Voda		Měkká	Střední	Tvrdá	Měkká	Střední	Tvrdá	Měkká	Střední	Tvrdá	Měkká	Střední	Tvrdá
Málo zneč.	Prac. pros.	8,58	8,58	10,72	8,58	8,58	10,72	8,58	8,58	10,72	8,58	8,58	10,72
	Organic	8,99	10,48	13,48	8,99	10,48	13,48	5,99	7,49	10,48	5,99	7,49	10,48
Středně zneč.	Prac. pros.	12,86	12,86	15,01	12,86	12,86	15,01	12,86	12,86	15,01	12,86	12,86	15,01
	Organic	8,99	10,48	13,48	8,99	10,48	13,48	5,99	7,49	10,48	5,99	7,49	10,48
Silně zneč.	Prac. pros.	17,15	17,15	21,44	17,15	17,15	21,44	17,15	17,15	21,44	17,15	17,15	21,44
	Organic	10,48	11,98	14,98	10,48	11,98	14,98	7,49	8,99	11,98	7,49	8,99	11,98

Finanční úspora:

Nelze žádat od prostředku zcela přírodního původu, aby při stejných účincích jako prostředky původu chemického a při pozitivním vlivu na zdraví a životní prostředí, byl ještě k tomu levnější.

Přesto však Organic přírodní prací prostředek přináší spotřebiteli i úspory finanční. Cena jedné minimální prací dávky je pouhých 6 Kč!

Příloha č. 18 Pracovní plán přípravy obchodního jednání

PRACOVNÍ PLÁN PŘÍPRAVY na obchodní jednání

Zákazník / Firma :	Motýlek – obchůdek, kde si přijdou na své maminky a děti
Místo :	Turnov, ul. A. Dvořáka
Charakteristika firmy:	<ul style="list-style-type: none"> - obchod otevřen v roce 2005 jako obchod s oblečením z druhé ruky (Anglie, USA) - v roce 2009 rozšíření prodeje o nové oblečení a komisní prodej - v roce 2010 rozšíření obchodních prostor a část vymezena i jako dětský koutek - roční obrát společnosti cca 1 mil. Kč - obchod vede majitelka, vypomáhá dcera
Obchodní partner - jméno: funkce:	Olga Majerová (58 let) majitelka obchodu
Datum plánované návštěvy:	5.5.2011, 9:00 hodin
Konkrétní cíl návštěvy:	<ul style="list-style-type: none"> - představení <u>Organic produktů</u> (kosmetika i prací prostředky) vhodný pro prodej Turnov - zejména pro maminky a děti - nabídka <u>Organic pracího prostředku</u> pro vlastní praní textilu z druhé ruky, které je prodáváno v obchodě - produktové listy - možnost uvedení kontaktu o obchodě na internetové stránky s produkty Organic - domluvit konkrétní obchodní podmínky – předpokládaný odběr, četnost a rychlost dodání, reklamační podmínky, velkoobchodní a maloobchodní ceny, návrh smlouvy, platební podmínky, možné slevy,...
Co musím ještě o odběrateli vědět:	<ul style="list-style-type: none"> - majitelka je hrdá na svůj obchůdek, který má v Turnově dobré jméno a je oblíben - obchůdek navštěvuje většina místních maminek - majitelka má 5 vnoučat, na které je pyšná

Produkt – Organic přírodní prací prostředek		
Vlastnosti produktu	Užitek produktu / potřeby zákazníka	Motiv *
Český výrobek	Splnění přísných podmínek týkající se kvality složení prostředku v ČR a EU.	5 6
Ekologická nezávadnost	Přísné normy, akreditace	5 6
Tradiční receptura	Osvědčená kvalita	5 6
Vysoká účinnost	Praní od 30°C do 90°C Antibakteriální Protialergický	1 3 5 6 4 5 3 4
Velikost balení	Tester (1 praní), 800g, 4 kg	2 3 4 1
Vhodný pro děti do 3 let		1 3
Antistatické vlastnosti	Nemusí se používat další prostředky	1 4
Cena	Ekonomicky výhodnější než běžné prací prostředky (nemusí se používat odstraňovače skvrn, aviváž,...)	1 4
Vhodný pro praní všech druhů textilií	barevné i bílé prádlo, přírodní i syntetická vlákna, směsi	1 3
U textilií z přírodních vláken dlouhodobé udržení jejich přirozených přírodních vlastností	Vlákna se nezanášejí neodepranými nerozpustnými částicemi, nedochází k inkrustaci, ztvrdnutí povrchu, prasknutí, vzniku dírek a později děr. Nezvyšuje se hmotnost tkanin a tím spotřeba vody a pracích prášků při praní.	1 3 5 6 2 3
Savost textilií	Zvyšuje se používáním	5 6 3 4
Šetrnost vůči barvám textilií		2 5 6
Použitelnost	Doporučuje se i k praní textilních výrobků označených symbolem "ORGANIC", "BIO", "EKO", "NATUR",...	5 6

* Legenda motivů:

2- dosáhnout zisk

4 – odvrátit problém

3 – odvrátit ztrátu

5 – sebeuspokojení, hrdost

4- příjemnost, radost

6 – sociální uznání, prestiž

Dotazy, které chcete položit	Předpokládané odpovědi
Máte zájem o rozšíření sortimentu ve vašem obchůdku?	Ano
Jedná se o kosmetiku a prací prostředky z řady Organic – přírodní produkty. Vhodné zejména pro miminka, děti, ale i maminky. Vše vyráběno jen z přírodních surovin, žádná chemie...	No to nevím, tady prodáváme jen textil...
Oblečení a prací prostředek – to bez sebe nemůže existovat. Co tak rozšířit nabídku o prací prostředky?	Ano x ne
Jednalo by se o originální český výrobek, vyráběný podle obnovené a vylepšené tradiční receptury výhradně z přírodních surovin...	Když je to ekologické, je to i to účinné?
Nejen že je to ekologické a účinné, má ještě antibakteriální, protialergickou účinnost a ze své zkušenosti doporučuji praní prádla pro děti do 3 let.	Tomu nevěřím...
Víte, na kolik Kč přijde vaše 1 praní v běžném pracím prostředku?	?
Pouze prostředek vás vyjde na cca 13 Kč, a to teprve kdy musíte přidat aviváž – další náklady?	Hm, to je pravda.
A kolik pracích dávek týdně musíte vyprat ve vaší domácnosti? A kolik praček naplníte oblečením pro váš obchůdek – oblečení z druhé ruky?	No asi dlouhá odmlka....hodně!?!
No a já vám nabízím možnost snížení nejen nákladů na praní, ale i udržení ba i zlepšení vlastností textilních vláken vašich oděvů. Není to dobrá nabídka?	To asi je, ale stejně tomu nevěřím...
Zde vám předkládám leták Organic pracího prostředku, kde je v tabulce uvedeno množství prací dávky Organicu a běžného pracího prostředku. To vše přepočítáno na Kč.Co vy na to?	Musím se v tom zorientovat...
A na kolik Kč tedy přijde prací dávka v Organicu a běžném pracím prostředku?	Necelých 9 Kč a v běžném na 13 Kč
Tak si rozdíl (4 Kč) vynásobte počtem vašich „praček“ za týden, měsíc, rok....	
Můžeme se tedy dohodnout na možné spolupráci?	Stále nejsem rozhodnutá.
Z tohoto důvodu vám zde nechám několik testerů přírodního pracího prostředku na zkoušku. Po vašem vyzkoušení bychom se domluvili, co naše možná spolupráci.	Ano, ráda

Souhlasíte?	
Nechávám vám tu i na test prodeje i další produkty....., které můžete sama vyzkoušet a dále nabídnout vaši zákazníkům. Co do např. měsíce neprodáte, vezmeme bez sankcí zpět. Máte zájem?	Ano...

Příloha č. 19 Realizace marketingového výzkumu - dotazování

Příprava marketingového výzkumu je tvořena z několika částí, které předchází samotnému sběru dat. Přípravou rozumíme zpracování podkladů a podmínek pro samotnou realizaci. Velmi důležité je definovat problém, na jehož základě můžeme dále stanovit cíle a vymezit oblast, která je předmět výzkumu.

Záměrem je sběr dat od respondentů, kterým byl dán vzorek Organic přírodního pracího prostředku a na základě vlastního testování byl získán celkový přehled o zákazníkovi a jeho preferencích.

Zdrojem požadovaných informací jsou lidé, které obecně můžeme označit jako respondenty. Pro marketingový výzkum bylo zvoleno 30 respondentů, kteří testovali vzorek Organic přírodního pracího prostředku v domácím užití.

Metodou pro sběr dat byla zvolena metoda dotazování. Výběr techniky dotazování byl osobně a písemně. Osobní dotazování probíhalo za pomoci tazatele. Ten kladl otázky a zároveň odpovědi zaznamenával do dotazníku. Výhodou osobního dotazování bylo možné vysvětlení některých pojmů.

Dotazování proběhlo jednorázově v březnu 2011.

Účelem každého dotazníku je získání dat. Zde bylo použito několik druhů otázek, které dohromady tvoří dotazník, a to s ohledem na vyhodnocení. Každý druh má určitou vypovídající schopnost, proto bylo zvoleno jejich kombinování. Jsou dva základní typy:

- „Otázky otevřené ponechávají volnou formulaci odpovědi plně na rozhodnutí respondenta. Lze tedy předpokládat velkou rozmanitost odpovědí, které jsou obtížně zpracovatelné, vyžadují více času a práce při jejich vyhodnocování. Z toho důvodu by jejich počet v dotazníku měl být omezen.“[25]
- „Uzavřené otázky předkládají respondentovi předem zvolený počet možností odpovědí, ze kterých je nucen vybrat si jednu nebo předem stanovený počet variant. Tyto otázky mohou mít různou podobu.“[25]

V dotaznících pro tuto práci nebyl tento počet nijak stanoven. Rozhodnutí o počtu odpovědí bylo ponecháno na respondentovi, tak aby nebyl nijak omezován.

Osobní dotazování bylo navíc doplněno ještě o jednu část, a to o otázky k Organic přírodnímu pracímu prostředku společnosti TANEX Vladislav a. s. Posouzení účinnosti praní na základě vlastního testování a zhodnocení, jestli se s daným produktem setkali,

posouzení vzhledu vypraných vzorků jako je mechanické poškození, omak či žmolkovitost a dále zvážit možnosti, kde a za jakých podmínek by byli ochotni Organic přírodní prací prostředek zakoupit.

Příloha č. 20 Dotazník – prací prostředky

Tento dotazník včetně jeho vyhodnocení bude použit pouze pro bakalářskou práci na téma „Přírodní prací prostředky v textilních technologiích a v domácím užití“. Dotazník je anonymní a nikde se nebude uvádět Vaše jméno.

Velice Vám děkuji za vyplnění dotazníku.

S pozdravem

Věra Koreňová

Technická univerzita v Liberci

Jak často zapínáte pračku?

☐ denně ☐ několikrát týdně ☐ 1x týdně ☐ 1x za 14 dní ☐ méně často

Dodržujete doporučené dávkování pracích prostředků (řídíte se údaji z obalů výrobků ohledně dávkování)?

☐ ano ☐ dávám více ☐ dávám méně ☐ nezajímám se o to

Používáte přípravky na ochranu pračky? Např. prostředek proti vodnímu kameni, čističe, změkčovače vody,

☐ ano ☐ ne ☐ nevím

Z pracích prostředků používáte nejčastěji:

☐ prací prášek ☐ gel na praní
☐ gelové kapsle

Používáte při praní aviváž?

☐ ano ☐ většinou ano ☐ netuším ☐ ne

Jak velké balení pracího prostředku vám nejvíce vyhovuje?

☐ dávka na 1 praní ☐ do 1 kg/l ☐ do 3 kg/l ☐ nad 3 kg/l

Víte kolik Kč stojí 1 prací dávka vašeho prostředku (dávkování doporučené výrobcem)?

☐ ne ☐ nezajímám se o to ☐ ano

Zajímáte se o ekologický dopad při používání pracích prostředků na životní prostředí?

☐ ano ☐ ne ☐ nevím

Vyzkoušel(a) jste ekologicky šetrné prací nebo čistící prostředky?

☐ výjimečně nějaký koupím ☐ občas ano ☐ často
☐ ne, nezajímám se o to ☐ nevím

Pokud jste již vyzkoušel/a nějaký přírodní prací prostředek, byl(a) jste spokojena s výsledkem praní?

Ano Nevím Ne

Potýkáte se Vy nebo členové vaší domácnosti s alergií? popř. máte citlivou pleť, exémy, akné, lupénku, astma aj.?

☐ ano / já osobně ☐ ano / členové domácnosti ☐ ne / nikdo

Jsou ekologické čistící a prací prostředky dostupné v obchodech poblíž vašeho bydliště?

☐ ano ☐ nevím ☐ ne

Jaká forma prodeje vám vyhovuje při nákupu pracího prostředku?

☐ maloobchod, poblíž místa bydliště
☐ dealer, přiveze až domů
☐ velkoobchod
☐ speciální prodejny (bioobchůdky, obchody s dětským zbožím, ...)
☐ jiné, prosím specifikujte a proč?

Znáte název ekologického čistícího prostředku, se kterým jste se už setkali nebo jste o něm slyšeli? Prosím uveďte názvy.

Kde byste hledali informace o přírodních pracích prostředcích?

☐ internet ☐ časopis ☐ doporučení ☐ jinde (prosím uveďte)

Pokud byste obdrželi nabídku přírodní prací prostředek, který snadněji odstraní nečistoty a je šetrnější k textilií, byli byste si ochotni zakoupit tento prostředek i za vyšší cenu Kč?

☐ ne ☐ nevím ☐ ano

Pokud jste již vyzkoušeli Organic přírodní prací produkty, byli jste s účinností spokojeni?

☐ ne ☐ nevím ☐ ano

Pohlaví ☐ žena ☐ muž

Věková kategorie ☐ 20– 25 ☐ 26 – 40 ☐ 41 – 60 ☐ 61 a více

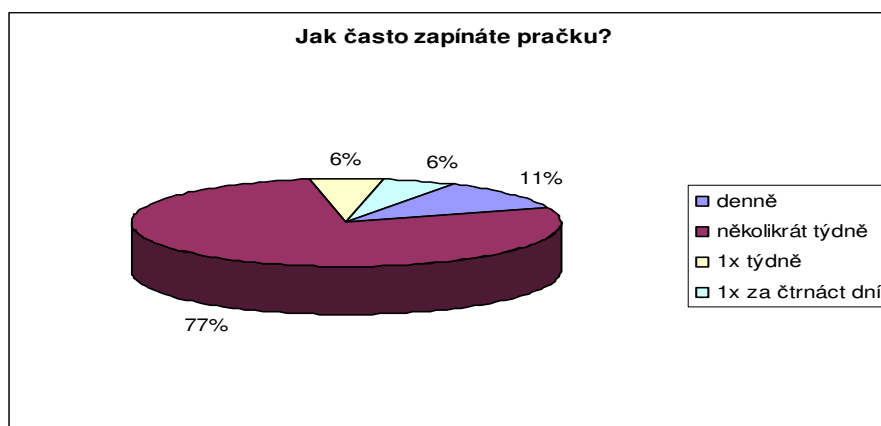
Vaše nejvyšší dosažené vzdělání

☐ základní
☐ vyučen
☐ středoškolské
☐ vysokoškolské

Příloha č. 21 Vyhodnocení marketingového výzkumu – dotazování

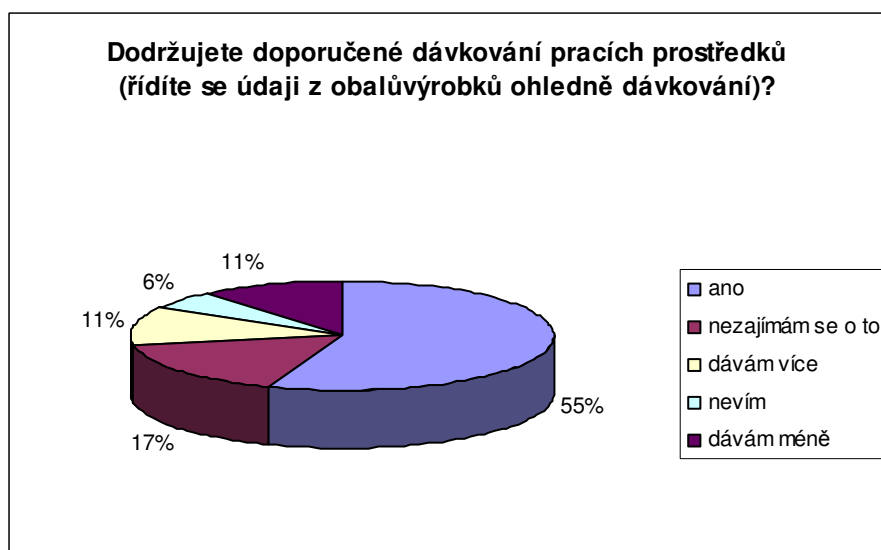
První otázky, které byly položeny respondentům zjišťovali údaje o praní a jaké prostředky používají, co jim vyhovuje. Následně otázky již směřovaly ke zjištění informací o přírodních pracích prostředcích. Na konci byl zjišťován věk, pohlaví a vzdělání respondentů.

Z průzkumu v níže uvedeném grafu vyplývá, že 75 % respondentů zapíná pračku nejčastěji několikrát do týdne. Denně prádlo pere pouze 11 % dotázaných. A více jak 12 % dotázaných nezapíná pračku více jak 1 x týdně, někteří dokonce i jednou za čtrnáct dní.



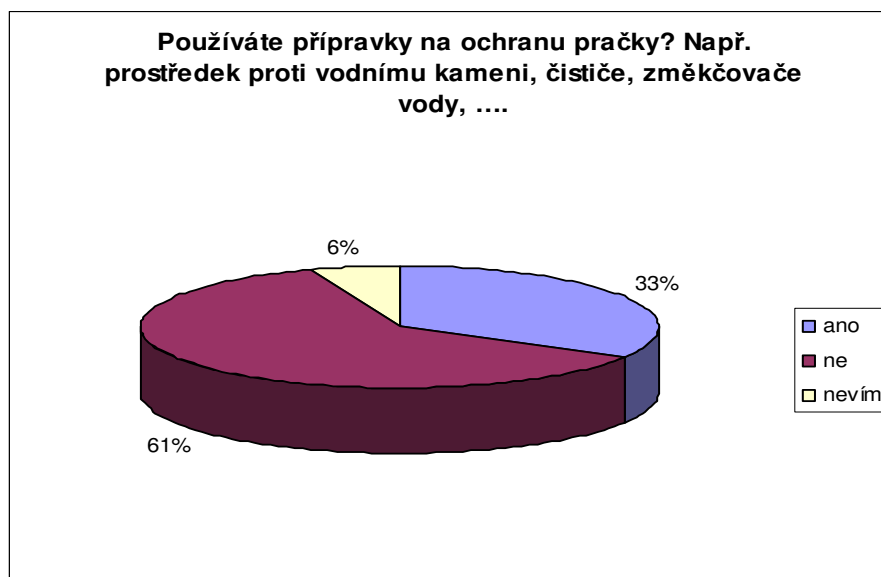
Graf 4 Jak často zapínáte pračku?

Správné dávkování pracích prostředků dle doporučení výrobce se řídí 55 % dotázaných, 17 % respondentů se o dávkování nezajímá. Z dotázaných 11 % dává více či méně pracího prostředku.



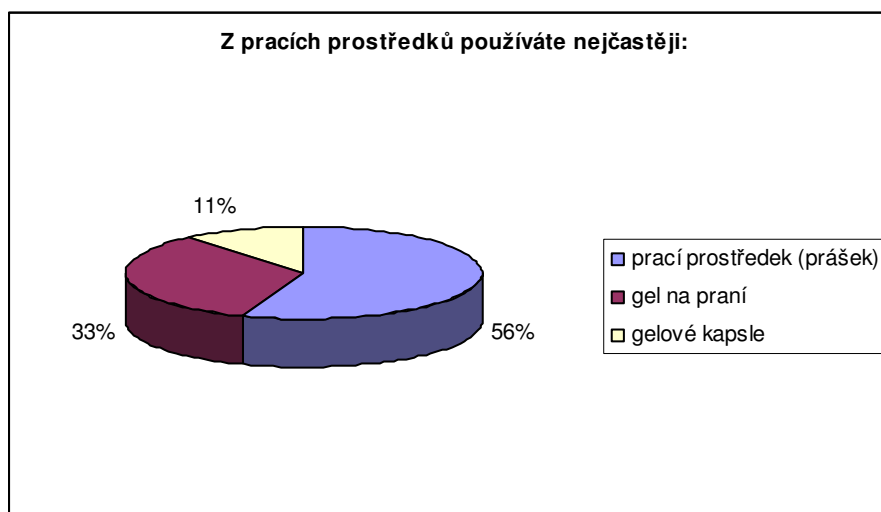
Graf 5 Dodržujete doporučené dávkování pracích prostředků?

Z dotázaných 61 % vůbec nepoužívá přípravky na ochranu pračky, 33 % respondentů používá tyto přípravky a 6 % neví, zda vlastně tyto přípravky používá.



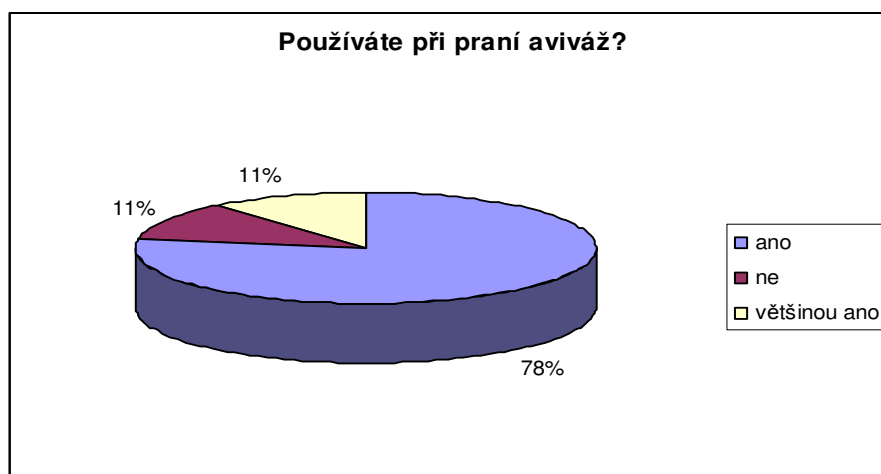
Graf 6 Používáte přípravky na ochranu pračky?

Více jak polovina respondentů (přibližně 56 %) používá prací prostředek (prášek) při každém praní, dalších 33 % využívá gel na praní a 11 % dotázaných pere pomocí gelových kapslí.



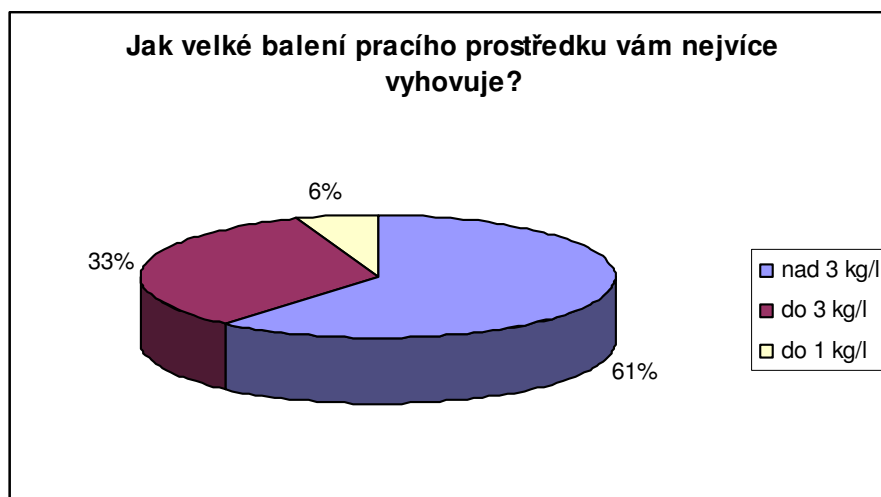
Graf 7 Z pracích prostředků používáte nejčastěji

Více jak 78 % respondentů používá při praní aviváž, dalších 11 % dotázaných většinou přidává aviváž do pračky, stejně tak i dalších 11 % respondentů žádnou aviváž nepoužívá.



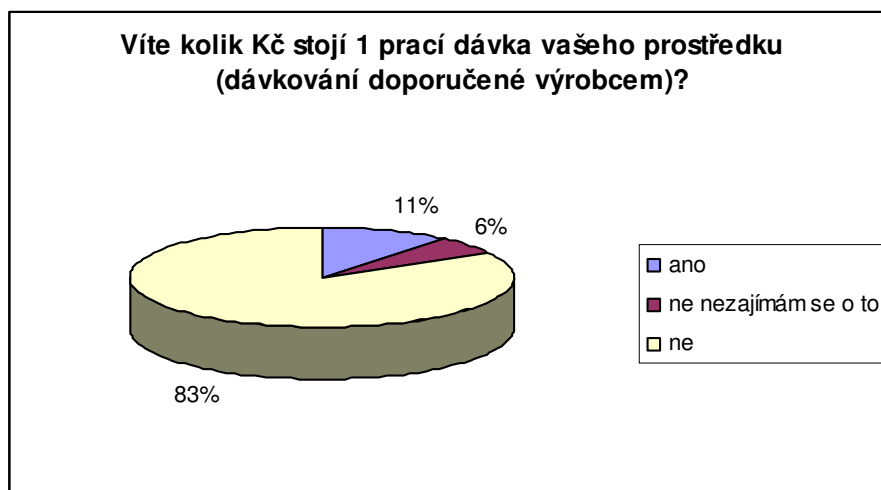
Graf 8 Používáte při praní aviváž?

Velké balení pracích prostředků nad 3 kg/l vyhovuje 61 % respondentům, 33 % dotázaných upřednostňuje balení do 3 kg/l a jen 6% dotázaných, vyhovuje ještě menší balení do 1 kg či 1 litru.



Graf 9 Jak velké balení pracího prostředku vám nejvíce vyhovuje?

Cenu v korunách jedné prací dávky svého oblíbeného pracího prostředku nezná 83 % respondentů, pouze 11 % dotázaných zná tuto cenu a ostatních 6 % tato informace nezajímá.



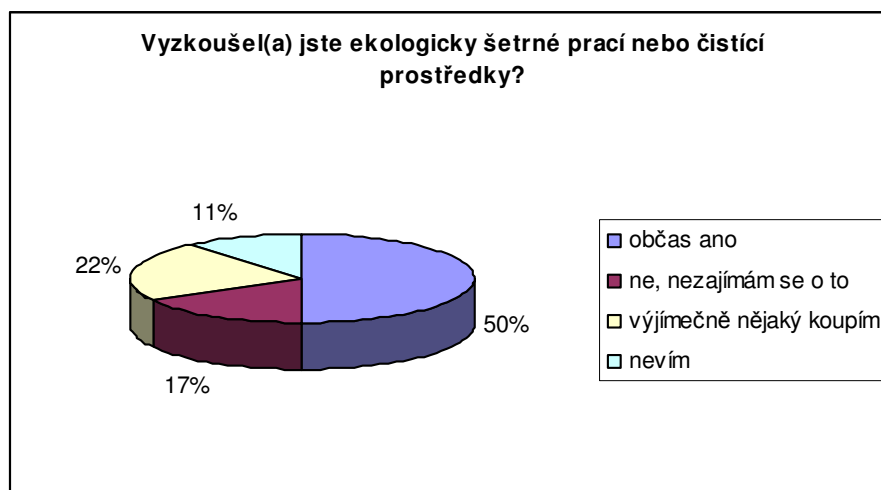
Graf 10 Víte kolik stojí 1 prací dávka vašeho prostředku?

Ekologický dopad při používání pracích prostředků na životní prostředí nezajímá 61 % respondentů. Naopak 39 % dotázaných se zajímá o vliv pracího prostředku na životní prostředí.



Graf 11 Zajímáte se o ekologický dopad při používání prací prostředků na životní prostředí?

Již 50 % respondentů vyzkoušelo ekologicky šetrné prací nebo čistící prostředky, 22 % dotázaných nějaký prostředek tohoto typu výjimečně koupí a 17 % dotázaných tato informace nezajímá.



Graf 12 Vyzkoušela jste ekologicky šetrné prací nebo čistící prostředky?

Se zakoupeným a vyzkoušeným přírodním pracím prostředkem bylo spokojeno pouze 39 % respondentů, 17 % dotázaných nebylo vůbec spokojeno a ostatních 44 % tuto informaci nezná.

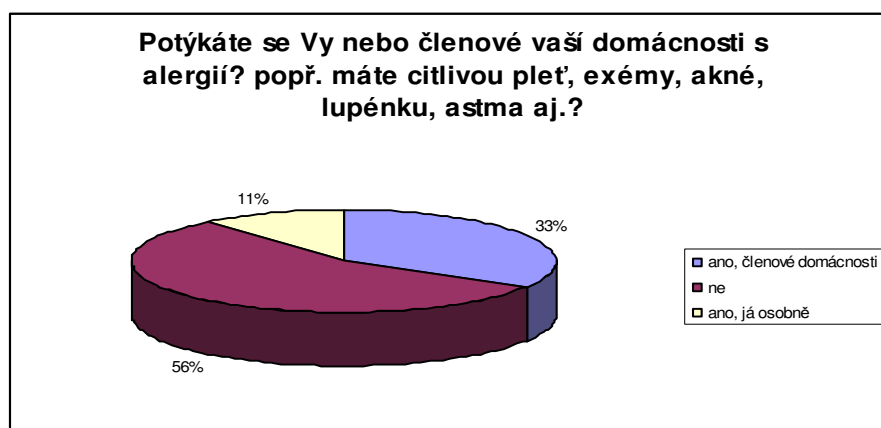


Graf 13 Pokud jste již vyzkoušel/a nějaký přírodní prací prostředek, byl(a) jste spokojena s výsledkem praní?

Tab. 11 Odpovědi na otázky marketingového průzkumu

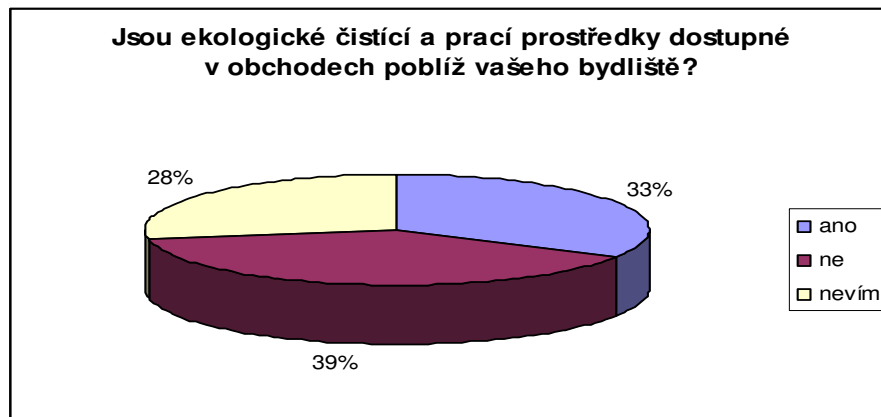
Pokud ano, proč?
Vyprané prádlo mělo lepší vlastnosti (barva, příjemné na omak)
Příjemná vůně
Prádlo bylo příjemné na dotek.
Byl asi šetrný k životnímu prostředí. Rozdíl mezi normálním a ekologickým jsem za 1 praní nerozpoznala.
Efektivní a ekologické
Pokud ne, proč?
Výsledek nebyl tak dobrý jako u běžných (neekologických) prostředků.
Neodstranilo to silné nečistoty a aviváž nevoněla

S alergií, citlivou pletí či jiným typem onemocnění se přímo potýká 11 % respondentů. U dalších 33 % dotázaných, se některé z uvedených onemocnění vyskytuje u člena v jejich domácnosti. Dalších 56 % respondentů včetně jejich rodinných příslušníků tyto problémy nemají.



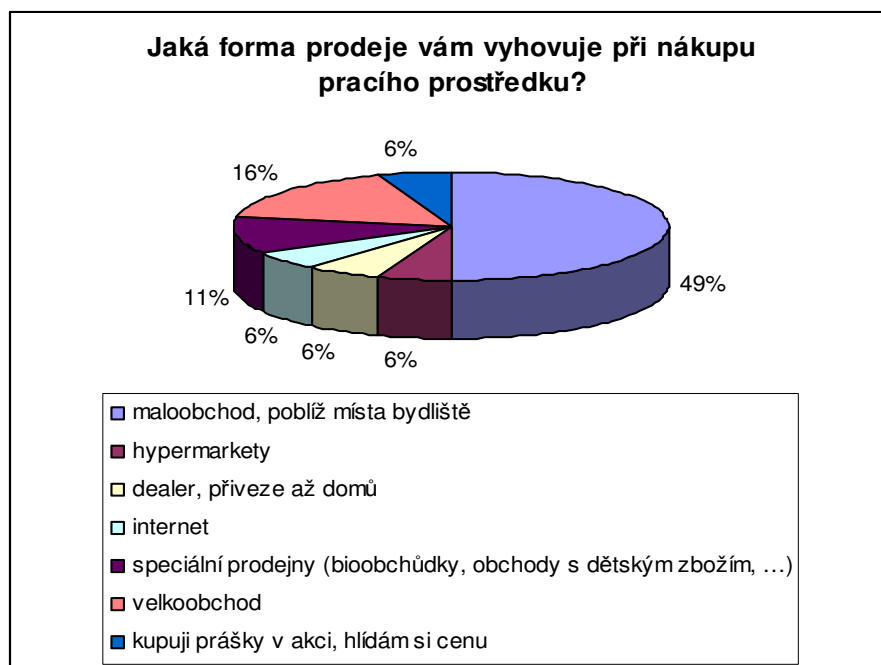
Graf 14 Potýkáte se vy nebo členové vaší domácnosti s alergií?

Více jak třetina dotázaných - 39 % si nemyslí, že ekologické čisticí a prací prostředky jsou snadno dostupné v obchodech poblíž jejich bydliště. Dalších 33 % uvádí, že dostupnost těchto prostředků je v blízkosti jejich bydliště a zbylých 28 % vůbec neví o dosažitelnosti těchto prostředků.



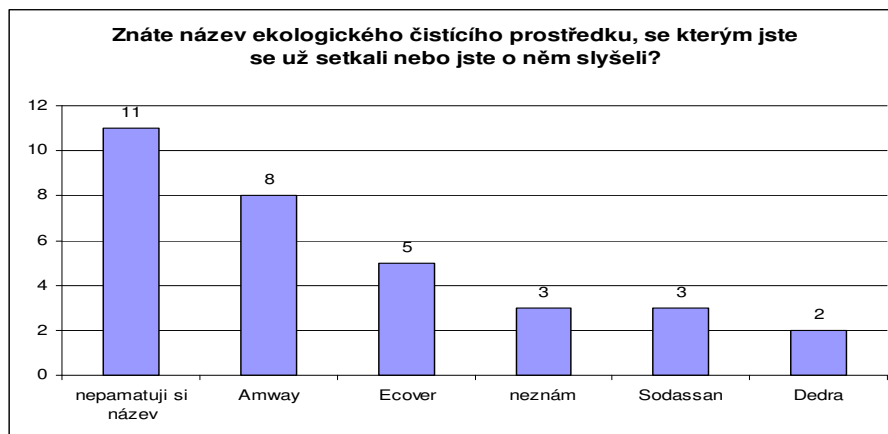
Graf 15 Jsou ekologické čisticí a prací prostředky dostupné poblíž vašeho bydliště?

Téměř polovině dotázaných nejvíce vyhovuje nákup pracího prostředku v maloobchodě. Dále respondenti k nákupu pracího prostředku upřednostňují velkoobchod (16 % oslovených) a speciální prodejny (11 % oslovených). Nejméně k nákupu respondenti využívají dealery, internet a hypermarkety.



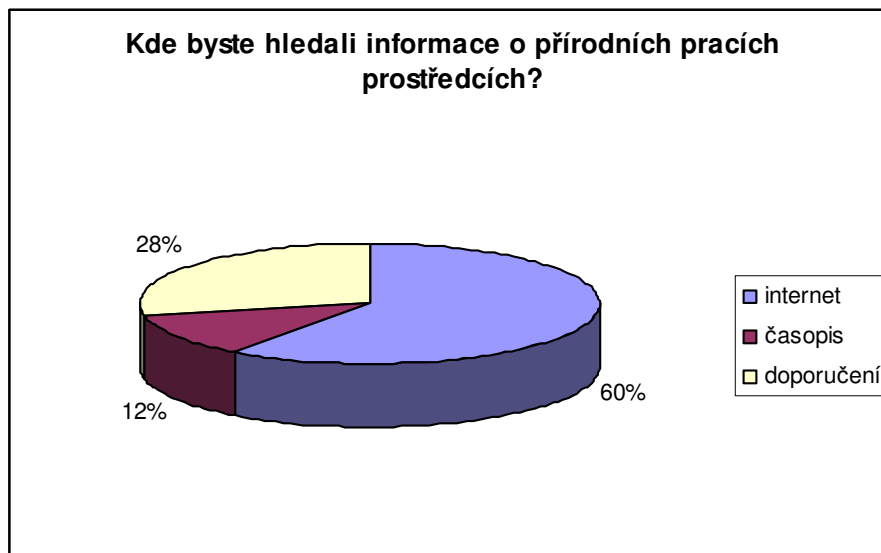
Graf 16 Jaká forma prodeje vám vyhovuje při nákupu pracího prostředku?

Nejznámější značka ekologického prostředku je od společnosti Amway, dále respondenti uváděli ekologický čistící prostředek od společností Ecover a Sodassan. Dalších 11 dotázaných si bohužel název prostředku nepamatuje a 3 oslovení žádnou značku ekologického prostředku neznají.



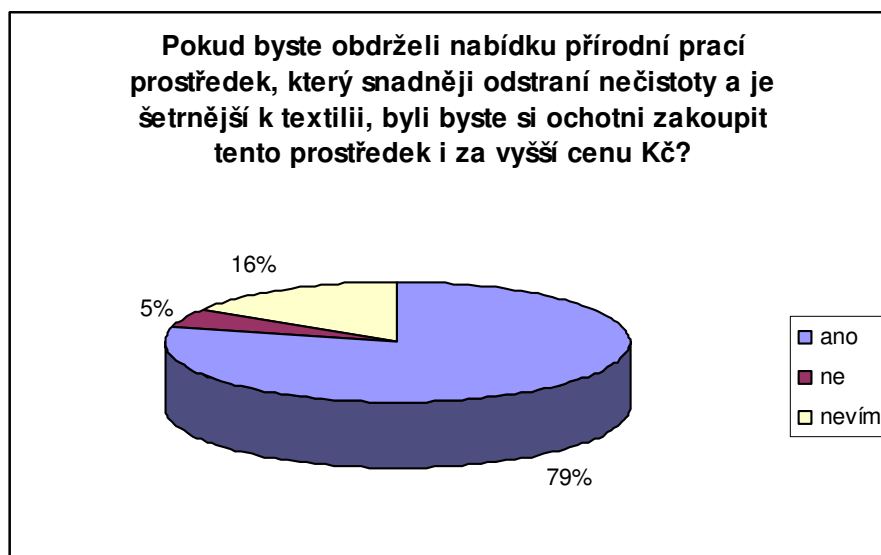
Graf 17 Znáte název ekologického čistícího prostředku?

Informace o přírodních pracích prostředcích by hledalo 61 % respondentů na internetu, dalších 28 % dotázaných upřednostňuje doporučení od rodiny či známých na přírodní prací prostředek a 12 % by hledalo informace v časopisech.



Graf 18 Kde byste hledali informace o přírodních pracích prostředcích?

Kladným výsledkem marketingového výzkumu je, že pokud by dotázaní obdrželi nabídku přírodního pracího prostředku, který snadněji odstraní nečistoty a je šetrnější k textiliím, byli by ochotni zakoupit prostředek i za vyšší cenu. Takto odpovědělo 79 % respondentů. Pouhých 16 % dotázaných, by nebylo ochotno si za takovýto přírodní prací prostředek připlatit.



Graf 19 Pokud byste obdrželi nabídku na přírodní prací prostředek, byli byste ochotni zakoupit i za vyšší cenu?

Respondenti, kteří vyzkoušeli přírodní produkt Organic, byli ve 40 % s účinností produktu spokojeni, dalších 53 % nedokázalo na tuto otázku odpovědět a pouhých 7 % bylo nespokojeno.



Graf 20 Pokud jste již vyzkoušeli Organic, byli jste s účinností spokojeni?

Marketingového výzkumu se celkem zúčastnilo 90 % žen a 10 % mužů. Respondenti byly v 70 % ve věku 26 – 40 let. Středoškolské vzdělání mělo 63 % respondentů a 22 % vysokoškolské.

Příloha č. 22 Porovnání nákladů na jednu prací dávku

Tab. 12 Náklady na jednu prací dávku v gramech

Prací teplota		30 °C			40 °C			60 °C			90 °C		
Voda		Měkká	Střední	Tvrdá	Měkká	Střední	Tvrdá	Měkká	Střední	Tvrdá	Měkká	Střední	Tvrdá
Málo	běžný	100	100	125	100	100	125	100	100	125	100	100	125
	zneč. Organic	60	70	90	60	70	90	40	50	70	40	50	70
Středně	běžný	150	150	175	150	150	175	150	150	175	150	150	175
	zneč. Organic	60	70	90	60	70	90	40	50	70	40	50	70
Silně	běžný	200	200	250	200	200	250	200	200	250	200	200	250
	zneč. Organic	70	80	100	70	80	100	50	60	80	50	60	80

Tab. 13 Náklady na jednu prací dávku v Kč

Prací teplota		30 °C			40 °C			60 °C			90 °C		
Voda		Měkká	Střední	Tvrdá	Měkká	Střední	Tvrdá	Měkká	Střední	Tvrdá	Měkká	Střední	Tvrdá
Málo	Běžný	8,58	8,58	10,72	8,58	8,58	10,72	8,58	8,58	10,72	8,58	8,58	10,72
	zneč. Organic	8,99	10,48	13,48	8,99	10,48	13,48	5,99	7,49	10,48	5,99	7,49	10,48
Středně	Běžný	12,86	12,86	15,01	12,86	12,86	15,01	12,86	12,86	15,01	12,86	12,86	15,01
	zneč. Organic	8,99	10,48	13,48	8,99	10,48	13,48	5,99	7,49	10,48	5,99	7,49	10,48
Silně	Běžný	17,15	17,15	21,44	17,15	17,15	21,44	17,15	17,15	21,44	17,15	17,15	21,44
	zneč. Organic	10,48	11,98	14,98	10,48	11,98	14,98	7,49	8,99	11,98	7,49	8,99	11,98

Příloha č. 23 Stávající strategie společnosti TANEX Vladislav, a.s.

1. Stávající výrobová strategie:

Společnost se snaží o neustálé inovace v oblasti produktového portfolia. Jedná se především o rozšiřování produktového portfolia na základě požadavků zákazníků a s ohledem na životní prostředí pro domácí a textilní užití.

Vhodné vlastnosti přírodní pracích prostředků Organic přírodní prací prostředek jsou uvedeny v příloze, viz Příloha č. 13 Vhodné vlastnosti přírodních pracích prostředků Organic.

2. Stávající cenová strategie:

Konečné – prodejní ceny produktů společnosti TANEX Vladislav, a. s. jsou vždy stejné. Je to z důvodu shodné ceny nákupu pro konečného zákazníka. Společnost má stanoveny ceny pro jednotlivé distribuční kanály. Všichni prodávají produkty konečným zákazníkům za stejnou prodejní cenu. Cenová strategie společnosti byla stanovena na základě tržní (hodnotové) strategie takto:

- je stanovena prodejní cena produktu (v závislosti na situaci na trhu), zejména cena akceptovatelná zákazníky.
- je určen (odhadem) roční objem prodeje při takto zvolené ceně.
- byl vypočítán zisk - od výsledných tržeb odečteny náklady.
- je zjištěno, zda je plánovaný zisk na požadované úrovni.

Pokud není zisk na požadované úrovni, je nutné změnit prodejní cenu a odhadnout znovu roční objem prodeje při změněné ceně. Opět je spočten zisk a znova bude posouzeno, zda je na požadované úrovni.

Stanovení cen produktů je velmi důležitý proces, ve kterém je nutno vzít do úvahy mnoho faktorů působících na trhu – ceny konkurence, předpokládaný počet zákazníků, jejich nákupní chování, typ podnikání, velikost firmy, vyjednávací síla vzhledem k dodavatelům a mnoho dalších.

Kromě stanovení optimální prodejní ceny má společnost nastaveny i další aspekty cenové politiky, jakými jsou ceny pro jednotlivé distributory množstevní slevy, slevy při platbách předem, zaváděcí slevy při uvedení produktů na trh nebo výprodejové ceny.

3. Stávající distribuční strategie:

Společnost využívá přímý i nepřímý model prodeje. Přímý prodej používá pouze pro nákup přes internetový obchod. Nepřímým prodejem nabízí své výrobky prostřednictvím třetích stran, kdy má stanoven způsob práce s obchodními partnery a definování cenovou politiku.

Na základě stanovené jednotné konečné (prodejní) ceny pro zákazníky se nemůže stát, že by došlo k možné konkurenci přímo se svými obchodními partnery a mezi partnery navzájem. Ti jsou tak motivováni pro spolupráci při prodeji výrobků společnosti TANEX Vladislav, a. s. Produkty jsou dodávány každému distributorovi, který o ně projeví zájem.

Společnost stále hledá nové distribuční cesty pro vstup na další místa trhu. Proto obchodní oddělení firmy hledá a oslovuje nové prodejce a zákazníky. V příloze je navržená podpora pro obchodní zástupce společnosti TANEX Vladislav, a. s., která může být nápomocná jako podklad na přípravu, případně samotné jednání. Jedná se o Obchodní rozvahu – Příloha č. 16 Obchodní rozvaha, Příloha č. 17 Produktový list, Příloha č. 18 Pracovní plán přípravy obchodního jednání.

4. Stávající propagační strategie:

Propagační strategie společnosti TANEX Vladislav, a. s. spadá spíše do operativního plánování. Tak může společnost pružně a flexibilně reagovat na přání a potřeby zákazníků i distributorů. Musí tak být dodrženy stanovené základní strategické směry. Společnost nechce omezit marketingové aktivity pouze na reklamu a řídí se cílem – aktivity musí podporovat dosažení cílů, nesmí být samoúčelné.

Reklama - pro vytvoření kladného a zapamatovatelného image produktů Organic přírodní prostředky společnost TANEX chce dlouhodobě spojit reklamu s public relations. Reklama není jen propagací určitého produktu, ale hlavně péče o sebe a své nejbližší jen přírodními produkty vč. vztahu k životnímu prostředí (dostat se do podvědomí potenciálních zákazníků s přírodními prostředky a kosmetikou).

Společnost oslovuje tyto potenciaální zákazníky

- lékárny na Slovensku
- prádelny
- prodejny se zdravou výživou

Prostřednictvím svého obchodního partnera oslovuje:

- mateřská centra
- lékaře